

**PEMODELAN STRUKTURAL FAKTOR-FAKTOR PENENTU
KEBIJAKAN PARIWISATA BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN
DI KABUPATEN NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik



Disusun oleh:

**LUPI HARISANTI
NIM. 0910660052-66**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS TEKNIK
MALANG
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN

PEMODELAN STRUKTURAL FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBIJAKAN PARIWISATA BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN DI KABUPATEN NGANJUK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Teknik



Disusun oleh:

LUPI HARISANTI
NIM. 0910660052-66

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Ir. Ismu Rini Dwi Ari, MT., Ph.D
NIP. 19681221 199903 2 001

Kartika Eka Sari, ST., MT
NIP. 84021906120289

LEMBAR PENGESAHAN

PEMODELAN STRUKTURAL FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBIJAKAN PARIWISATA BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN DI KABUPATEN NGANJUK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Teknik

Disusun oleh:

LUPI HARISANTI
NIM. 0910660052-66

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada
Tanggal 3 Juni 2013

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

DR. tech. Christia Meidiana, ST., M.Eng.
NIP. 19720501 1999032 002

Fauzul Rizal Sutikno, ST., MT.
NIP. 19811017 200801 1 008

Mengetahui
Ketua Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota

DR. Ir. Surjono, MTP
NIP. 19650518 199002 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Saya yang tersebut di bawah ini :

Nama : Lupi Harisanti
NIM : 0910660052 - 66
Judul Skripsi / Tugas Akhir : Pemodelan Struktural Faktor-Faktor Penentu Kebijakan
Pariwisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Kabupaten
Nganjuk

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya di dalam hasil karya Skripsi / Tugas Akhir saya, baik berupa naskah maupun gambar tidak terdapat unsur penjiplakan karya Skripsi / Tugas Akhir yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi / Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur penjiplakan dari karya Skripsi / Tugas Akhir orang lain, maka saya bersedia Skripsi / Tugas Akhir dan gelar Sarjana Teknik yang telah diperoleh dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 3 Juni 2013
Yang membuat pernyataan

Lupi Harisanti
0910660052 - 66

Tembusan :

1. Kepala Laboratorium Skripsi / Tugas Akhir Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota
2. Dua (2) Dosen Pembimbing Skripsi / Tugas Akhir yang bersangkutan
3. Dosen Pembimbing Akademik yang bersangkutan

RINGKASAN

Lupi Harisanti, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya, Juni 2013. *Pemodelan Struktural Faktor-Faktor Penentu Kebijakan Pariwisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Kabupaten Nganjuk*. Dosen Pembimbing, Ir. Ismu Rini Dwi Ari, MT., Ph.D dan Kartika Eka Sari, ST., MT.

Pariwisata merupakan salah sektor yang akan meningkatkan pendapatan daerah jika dikelola dengan baik dan optimal. Namun di Kabupaten Nganjuk sektor ini belum dikelola dengan baik. Hal ini berimbas pada pendapatan daerah yang belum signifikan yaitu dengan menyumbang pendapatan asli daerah hanya sebesar 10%. Hal ini juga mengindikasikan bahwa ketergantungan terhadap pemerintah pusat cenderung tinggi. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi penentuan kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling*. Selain itu analisis SEM juga digunakan untuk memodelkan secara struktural faktor-faktor kebijakan pariwisata. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa faktor yang berpengaruh yaitu Infrastruktur A (t-value 4.77, estimasi 0.70), Motivasi (t-value 4.74, estimasi 1.22), Masyarakat (t-value 4.72, estimasi 0.49), Bauran pemasaran (t-value 2.57, estimasi 0.70), dan Infrastruktur B (t-values 2.17, estimasi 0.33). Hubungan lain yang dihasilkan dari model yaitu adanya keterkaitan antara variabel motivasi dengan atraksi (t-values 29,58), fasilitas dengan bauran (t-values 35,91), sarana dengan infrastruktur A (t-values 19,74), masyarakat dengan citra (t-values 2.23), masyarakat dengan Infrastruktur B (t-values 4,94), dan citra dengan infrastruktur B (t-values 13.36). Berdasarkan hasil analisis kebijakan dan analisis SEM maka rekomendasi yang dihasilkan yaitu peningkatan indikator program bidang tata ruang melalui pembentukan kebijakan serta melaksanakan tahapan *evaluating*. Pengembangan pasar dan prasarana serta peningkatan indikator pengelolaan lingkungan melalui perbaikan infrastruktur. Sedangkan untuk pengembangan pasar dan investasi melalui pengembangan produk wisata dan promosi selanjutnya Tahapan *staffing, implementing* dan *evaluating*. Pengembangan produk sesuai motivasi wisatawan dan tahapan *staffing, controlling, implementing* dan *evaluating*. Pengembangan sumber daya manusia masyarakat setempat dan budaya masyarakat setempat sebagai ciri khas dan melanjutkan tahapan *staffing, implementing* dan *evaluating*.

Kata Kunci : Pariwisata, SEM, Nganjuk.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan nikmat yang begitu besar, karena berkat rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul *Pemodelan Struktural Faktor-Faktor Penentu Kebijakan Pariwisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Kabupaten Nganjuk* dapat diselesaikan dengan optimal. Ucapan terimakasih penyusun sampaikan kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya serta senantiasa melimpahkan rahmat-Nya dalam segala proses pembelajaran hidup dan selalu mendampingi tanpa henti;
2. Almarhumah Eyang Uyt, Eyang Kakung (Mbah Nang) dan Eyang Uti (Emak) atas pemberian semangat, kekuatan, pengertian dan kesabaran yang begitu panjang dalam mendampingi serta limpahan doa yang tidak ada habisnya demi kesuksesan cicit-cicit dan cucu-cucunya;
3. Kedua Orang tua saya Ibu Galuh Ika Shasanti dan Ayah Suharyono atas limpahan doa, kasih sayang dan pelajaran hidup yang berharga, Adik Reny Dwi Susanti, Tanti Indriyani Susanti dan Nana Vellina Santi atas waktu, tenaga, dan pikiran dalam membantu menyelesaikan tugas akhir serta Almarhumah Adik Pinky Haryono Putri atas segala semangatnya;
4. Dosen pembimbing tugas akhir Ibu Ir. Ismu Rini Dwi Ari, MT., Ph.D dan Ibu Kartika Eka Sari, ST., MT atas kesempatan yang diberikan dan kesabaran luar biasa dalam membimbing dan mengarahkan tidak hanya dalam menyelesaikan tugas akhir namun juga membentuk menjadi pribadi yang lebih baik;
5. Dosen penguji Ibu DR. tech. Christia Meidiana, M. Eng., Ph.D dan Bapak Fauzul Rizal Sutikno, ST., MT yang memberikan masukan ilmu dan bimbingan yang berharga selama proses penyempurnaan tugas akhir ini;
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota atas limpahan ilmu yang bermanfaat dari awal hingga akhir perkuliahan;
7. *EmTe and the Gangs*, Alreisa “Icut”, Grace “Gege”, Fani “Fenong”, Gita “Gitenk”, Mbak Lely “Shop”, Tari “Tori”, dan Ririn “Ririnchi”, sahabat-

- sahabat terbaik saya yang mewarnai hari-hari selama perkuliahan dan proses pengerjaan tugas akhir hingga akhir perkuliahan serta doa dan dukungannya;
8. Laskar Sensei, Yudith, Yeni, Eki, Rezha, Icha Firza, Hajar, Haru, Uya, Dian, Veri dan Retno, teman seperjuangan bimbingan yang saling membantu, megkritisi dan memotivasi hingga lulus dengan nilai yang memuaskan;
 9. Ibu Eka Trisye Mufida dan Ibu Nurul Herfianti atas bantuan secara moral dan material yang sangat berharga selama proses penyempurnaan tugas akhir;
 10. Sahabat SMA, Wika Gudirampi, atas bantuan yang sangat besar baik berupa fisik maupun pikiran serta sahabat saya Novi, Rofik, Aziz, Wulan dan Nona;
 11. Heince Fitterson, *My Big Brother*, atas mimpi, semangat dan pelajaran hidup yang berarti dalam usaha pencapaian cita-cita yang begitu keras;
 12. Ummu Sulem, *My Mighty Women*, Ibu dan seorang wanita hebat yang sangat tidak biasa serta selalu menuntun dan mengingatkan akan rahmat dan karunia-Nya
 13. Muhammad Suwarno Sholikin, *My Best Partner Ever*, atas bantuan doa, kesabaran, dukungan dan dampinganya baik secara akademis maupun non akademis selama perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir
 14. Teman-teman PWK' 09, *My Balance Is Everything*, atas suka duka, perjuangan, kerja keras, pengorbanan dan pengalaman hidup serta pembentukan pribadi yang sangat luar biasa yang tidak bisa disebutkan satu-per satu namanya;

Kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak diperlukan peneliti sebagai bahan perbaikan dalam penelitian selanjutnya. Peneliti berharap tugas akhir ini dapat berguna bagi pihak yang terkait.

Malang, Juli 2013

Penyusun

DAFTAR ISI

RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Batasan Masalah	2
1.5 Tujuan Penelitian	3
1.6 Manfaat Penelitian	3
1.7 Ruang Lingkup	4
1.7.1 Ruang lingkup materi	4
1.7.2 Ruang lingkup wilayah	4
1.8 Kerangka Pemikiran	6
1.9 Sistematika Pembahasan	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1 Pariwisata	8
2.1.1 Pariwisata	8
2.1.2 Wisatawan	9
2.2 Unsur-Unsur Pokok Kepariwisata	10
2.2.1 <i>Attraction</i> Atau Daya Tarik	10
2.2.2 Sarana	12
2.2.3 Infrastruktur	13
2.2.4 Motivasi pariwisata	15
2.2.5 Bauran Pemasaran Pariwisata	15
2.3 Kebijakan umum pariwisata Republik Indonesia	20
2.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	22
2.4.1 Karakteristik SEM.....	22
2.4.2 Tahapan SEM	23
2.5 Penelitian Terdahulu.....	30
2.6 KerangkaTeori	32
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 33
3.1 Definisi Operasional	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Diagram Alir Penelitian.....	34
3.4 Variabel Penelitian	35
3.5 Metode Pengumpulan Data	36
3.5.1 Data Primer.....	36
3.5.2 Data Sekunder.....	37
3.5.3 Metode Pengambilan Sampel	37
3.5.4 Jadwal Pengambilan Sampel	38
3.6 Metode Analisis Data	38
3.6.1 Analisis Deskriptif	38
3.6.2 Analisis Evaluatif	38
3.7 Asumsi dan Limitasi	40

3.8	Desain Survei.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Wilayah Studi	46
4.1.1	Gambaran Umum Kabupaten Nganjuk	46
4.1.2	Gambaran Umum Pariwisata Kabupaten Nganjuk	48
4.2	Analisis Kebijakan Pariwisata Kabupaten Nganjuk.....	64
4.3	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	66
4.3.1	Analisis Sem Tipe 1	70
4.3.2	Analisis Sem Tipe 2	77
4.3.3	Analisis Sem Tipe 3	83
4.3.4	Analisis Sem Tipe 4	89
4.3.5	Hubungan Antar Variabel	98
4.4	Gambaran Persepsi Wisatawan	99
4.4.1	Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Kebijakan	99
4.4.2	Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Motivasi dan Atraksi (Model SEM Tipe 1)	101
4.4.3	Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Fasilitas dan Bauran (Model SEM Tipe 2)	102
4.4.4	Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Sarana dan Infrastruktur A (Model SEM Tipe 3)	104
4.4.5	Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Masyarakat, Citra dan Infrastruktur B (Model SEM Tipe 4)	106
4.5	Rekomendasi terhadap Kebijakan pariwisata	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		110
5.1	Kesimpulan	110
5.2	Saran	111
5.2.1	Pemerintah	111
5.2.2	Masyarakat.....	112
5.2.3	Akademisi dan penelitian lanjutan	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah wisatawan tahun 2006-2011	1
Tabel 2.1 Indikator Evaluasi Kebijakan Dunn	21
Tabel 2.2 Perbandingan GOF	26
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	35
Tabel 3.2 Instansi dan Data yang dibutuhkan	37
Tabel 3.3 Jumlah Sampel Tiap Obyek Wisata	37
Tabel 3.4 Jadwal Pengambilan Sampel	38
Tabel 3.5 Indikator Variabel Laten	39
Tabel 4.1 Kawasan pengembangan pariwisata Kabupaten Nganjuk	48
Tabel 4.2 Kondisi obyek wisata kawasan pengembangan pariwisata 1	59
Tabel 4.3 Jenis Tahapan Perencanaan	64
Tabel 4.4 Tahapan perencanaan yang belum terlaksana	64
Tabel 4.5 Pembagian variabel ke dalam 4 tipe model	66
Tabel 4.6 Kriteria <i>fit measure</i> dan fungsinya	67
Tabel 4.7 Pembagian Variabel Dalam Model SEM Tipe 1	70
Tabel 4.8 Hasil Analisis <i>Goodness of Fit</i>	73
Tabel 4.9 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas	74
Tabel 4.10 Hasil analisis <i>goodness of fit</i>	76
Tabel 4.11 Pembagian variabel dalam model sem tipe 2	77
Tabel 4.12 Hasil analisis <i>goodness of fit</i>	80
Tabel 4.13 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas	81
Tabel 4.14 Hasil analisis <i>goodness of fit</i>	82
Tabel 4.15 Pembagian variabel dalam model sem tipe 3	83
Tabel 4.16 Hasil analisis <i>goodness of fit</i>	86
Tabel 4.17 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas	87
Tabel 4.18 Hasil analisis <i>goodness of fit</i>	88
Tabel 4.19 Pembagian variabel dalam model SEM tipe 4	89
Tabel 4.20 Hasil analisis <i>goodness of fit</i>	92
Tabel 4.21 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas	93
Tabel 4.22 Hasil analisis <i>goodness of fit</i>	94
Tabel 4.23 Hasil analisis SEM	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta lokasi penelitian	5
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran	6
Gambar 2.1 Variable Laten Eksogen dan Endogen	22
Gambar 2.2 Indikator Endogen (Y) dan Indikator Eksogen (X)	23
Gambar 2.3 Skema SEM	29
Gambar 2.4 Kerangka Teori	32
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	34
Gambar 3.2 Konstruk Variabel-Variabel Terkait Kebijakan Pariwisata	39
Gambar 3.3 Kerangka Analisis	42
Gambar 4.1 Peta Administrasi	47
Gambar 4.2 Air Terjun Sedudo	49
Gambar 4.3 Toko Souvenir	49
Gambar 4.4 Kondisi Jalan dan Area Parkir Lokasi Air Terjun Sedudo	50
Gambar 4.5 Foto Mapping Air Terjun Sedudo	51
Gambar 4.6 Obyek Wisata Air Merambat Roro Kuning dan salah satu sumbernya	52
Gambar 4.7 Tempat Istirahat dan Area Bermain Anak	52
Gambar 4.8 Monumen Jenderal Sudirman	53
Gambar 4.9 Kondisi Jalan menuju dan di dalam Lokasi Wisata Roro Kuning	53
Gambar 4.10 Penanda Jenis Wisata dan Patung Roro Kuning	54
Gambar 4.11 Foto Mapping Air Merambat Roro Kuning	55
Gambar 4.12 Kondisi Jalan menuju dan di dalam Lokasi Wisata Air Terjun Singokromo	56
Gambar 4.13 Rambu penunjuk Arah dan Kondisi Jalan menuju Air Terjun Singokromo	56
Gambar 4.14 Foto Mapping Air Terjun Singokromo	58
Gambar 4.15 Peta Aksesibilitas	63
Gambar 4.16 Skema SEM	69
Gambar 4.17 Model SEM Tipe 1	70
Gambar 4.18 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 1	72
Gambar 4.19 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 1	72
Gambar 4.20 Nilai estimasi pada model SEM tipe 1	75
Gambar 4.21 Nilai -values CFA pada model SEM tipe 1	75
Gambar 4.22 Model SEM Tipe 2	77
Gambar 4.23 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 2	79
Gambar 4.24 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 2	79
Gambar 4.25 Nilai Estimasi Pada Model SEM Tipe 2	81
Gambar 4.26 Nilai T-Values CFA Pada Model SEM Tipe 2	82
Gambar 4.27 Model SEM Tipe 3	84
Gambar 4.28 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 3	85
Gambar 4.29 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 3	85
Gambar 4.30 Nilai estimasi pada model SEM tipe 3	87
Gambar 4.31 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 3	88
Gambar 4.32 Model SEM Tipe 4	90
Gambar 4.33 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 4	91
Gambar 4.34 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 4	91
Gambar 4.35 Nilai estimasi pada model SEM tipe 4	93
Gambar 4.36 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 4	94

Gambar 4.37 Nilai T-Values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 1	96
Gambar 4.38 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 1	96
Gambar 4.39 Nilai T-values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 2	97
Gambar 4.40 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 2	97
Gambar 4.41 Nilai T-values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 3	98
Gambar 4.42 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 3	98
Gambar 4.43 Nilai T-values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 4	98
Gambar 4.44 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 4	99
Gambar 4.45 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Kebijakan	100
Gambar 4.46 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Motivasi	101
Gambar 4.47 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Atraksi	102
Gambar 4.48 Grafik prosentase wisatawan terhadap variabel Fasilitas Pelayanan	103
Gambar 4.49 Grafik prosentase wisatawan terhadap variabel Bauran Pemasaran	104
Gambar 4.50 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Sarana Kepariwisataa	105
Gambar 4.51 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Infrastruktur A	105
Gambar 4.52 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Masyarakat	106
Gambar 4.53 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Citra	106
Gambar 4.54 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Infrastruktur B	107



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang jika dikelola dengan maksimal akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu daerah dengan potensi wisata yang besar. Namun adanya ketidak optimalan pengelolaan pariwisata di Kabupaten Nganjuk berimbas terhadap pemasukan PAD dari sektor ini yang relatif masih kecil. Besaran PAD dari sektor pariwisata belum mencapai angka yang signifikan pada tahun 2010. Investasi dana untuk keperluan sektor tersebut belum signifikan, lebih besar pengeluaran dari pemasukan. Selain itu PAD tersebut hanya menyumbang sebesar 10 % terhadap APBD sehingga struktur APBD Kabupaten Nganjuk masih sangat tergantung terhadap Pemerintah Pusat (Bapedda Kabupaten Nganjuk 2009). Selain jumlah PAD yang tidak signifikan jumlah wisatawan juga mengalami penurunan tahun 2011. Hal ini dikarenakan sejumlah tempat wisata yang ditutup karena bencana sehingga diperlukan kebijakan untuk meningkatkan kembali jumlah pengunjung.

Table 1.1 Jumlah wisatawan tahun 2006-2011

Tahun	Jumlah Wisatawan
2006	122.621
2007	171.349
2008	257.907
2009	317.046
2010	331.188
2011	273.287

Sumber : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Nganjuk

Sesuai dengan visi penataan ruang memajukan Kabupaten Nganjuk sebagai pusat pertanian di wilayah tengah Provinsi Jawa Timur yang didukung sektor pariwisata, perdagangan dan jasa, serta industri. Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan kajian lebih dalam mengenai potensi dan masalah yang terdapat dalam kebijakan terkait pariwisata di Kabupaten Nganjuk agar dapat mengoptimalkan potensi wisata Kabupaten Nganjuk sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya ,maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang mendasari

Pemodelan Struktural Faktor-Faktor Penentu Kebijakan Pariwisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Kabupaten Nganjuk, antara lain:

1. Adanya ketidak optimalan pengelolaan pariwisata di Kabupaten Nganjuk.
2. Pemasukan PAD Kabupaten Nganjuk belum signifikan.
3. Adanya penurunan jumlah wisatawan akibat bencana alam.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk ?
2. Bagaimana analisa keterkaitan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk ?
3. Bagaimana rekomendasi terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk ?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian perlu disusun agar pembahasan tidak melebar dari tujuan penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Identifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah
Klasifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk. Faktor-faktor tersebut memberikan dampak terhadap kinerja pariwisata di Kabupaten Nganjuk.
2. Analisa keterkaitan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan
Analisa dilakukan terhadap faktor-faktor yang telah ditentukan berdasarkan identifikasi faktor-faktor. Dari faktor yang telah dihasilkan tersebut akan diketahui faktor yang paling berpengaruh dan berhubungan dengan faktor yang lainnya.
3. Rekomendasi terhadap kebijakan pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah

Berdasarkan hasil analisa faktor akan diketahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi dan berkaitan dalam pembuatan kebijakan. Selanjutnya dianalisis untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan dalam pembuatan kebijakan tersebut sehingga akan menghasilkan arahan terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk berdasarkan persepsi wisatawan di ketiga obyek wisata.
2. Menganalisis keterkaitan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk berdasarkan persepsi wisatawan di ketiga obyek wisata dan hasil analisis *Strutural Equational Modelling* (SEM).
3. Memberikan rekomendasi terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk dengan berdasarkan hasil analisis SWOT dan IFAS EFAS.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari studi **Pemodelan Struktural Faktor-Faktor Penentu Kebijakan Pariwisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Kabupaten Nganjuk** ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat terhadap bidang keilmuan dan manfaat praktis.

1. Manfaat terhadap bidang keilmuan
 - a. Studi ini memberikan wawasan terhadap peningkatan potensi wisata melalui kebijakan
2. Manfaat praktis
 - a. Studi ini memberikan masukan bagi Pemerintah Daerah dalam pembuatan kebijakan terkait pengembangan potensi pariwisata daerah
 - b. Menambah masukan bagi dinas-dinas terkait untuk menghasilkan program-program pengoptimalan potensi wisata daerah
 - c. Mendorong masyarakat untuk ikut serta mengoptimalkan potensi pariwisata daerah sehingga meningkatkan pendapatan asli daerah.

1.7 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam studi ini dibedakan menjadi dua, yaitu ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah.

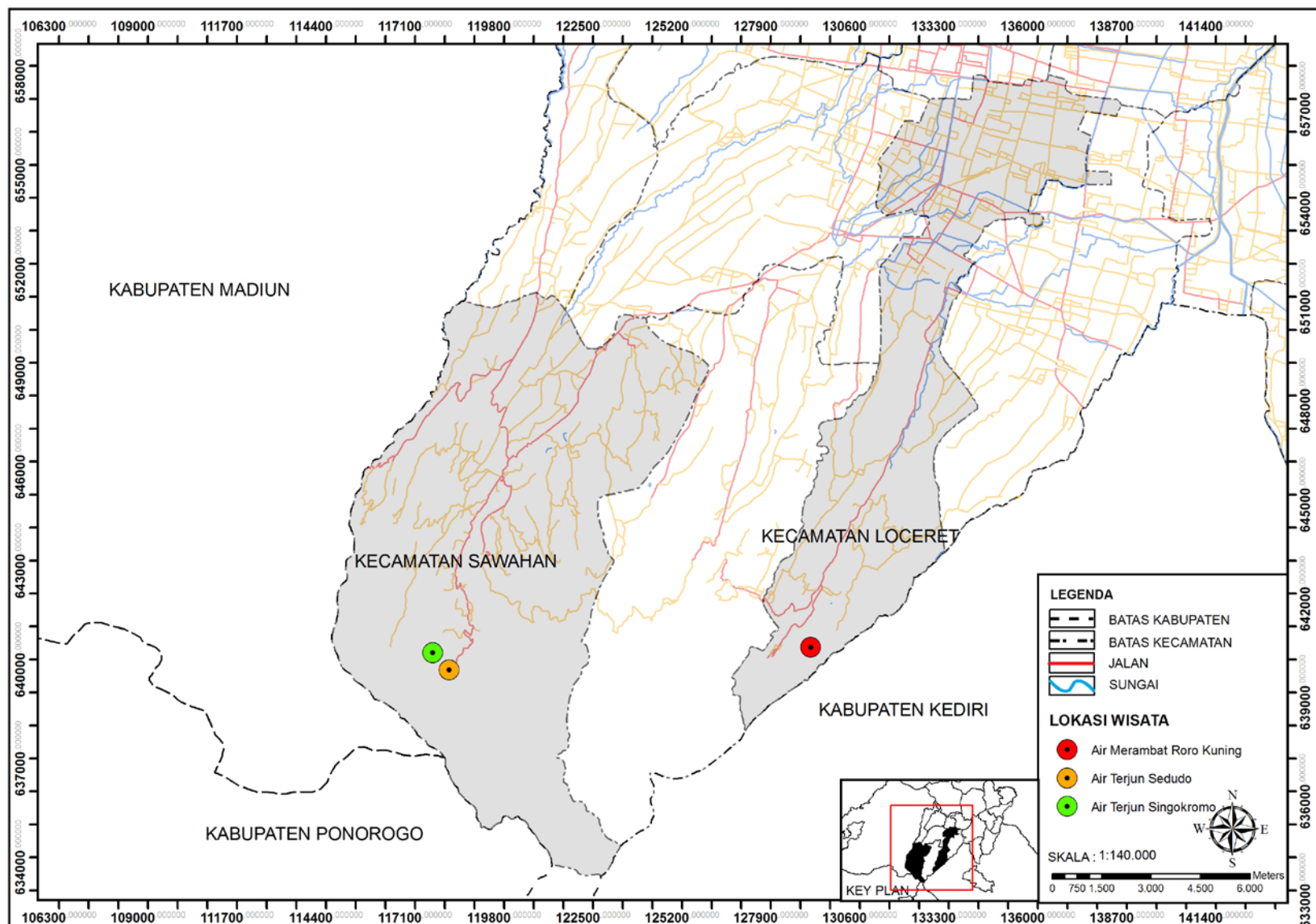
1.7.1 Ruang lingkup materi

Lingkup materi yang akan dibahas dalam penelitian **Struktural Faktor-Faktor Penentu Kebijakan Pariwisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Kabupaten Nganjuk** antara lain:

1. Identifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata meningkatkan pendapatan asli daerah
Klasifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk. Faktor-faktor tersebut memberikan dampak terhadap kinerja pariwisata di Kabupaten Nganjuk. Analisa terhadap kebijakan pariwisata dilakukan berdasarkan metode Gullick sedangkan analisa terhadap faktor-faktor yang berpengaruh dilakukan dengan metode *Structural equational modelling*.
2. Analisa keterkaitan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan
Dari faktor yang telah dihasilkan akan tersebut akan diketahui faktor yang paling berpengaruh dan berhubungan dengan faktor yang lainnya. Analisa terhadap keterkaitan faktor dilakuakn dengan metode analisis *structural equational modelling*.
3. Rekomendasi terhadap kebijakan pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah
Rekomendasi yang dihasilkan berdsarakan hasil evaluasi kebijakan pariwisata dan hasil analisis SEM sehingga akan menghasilkan detail arahan terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk.

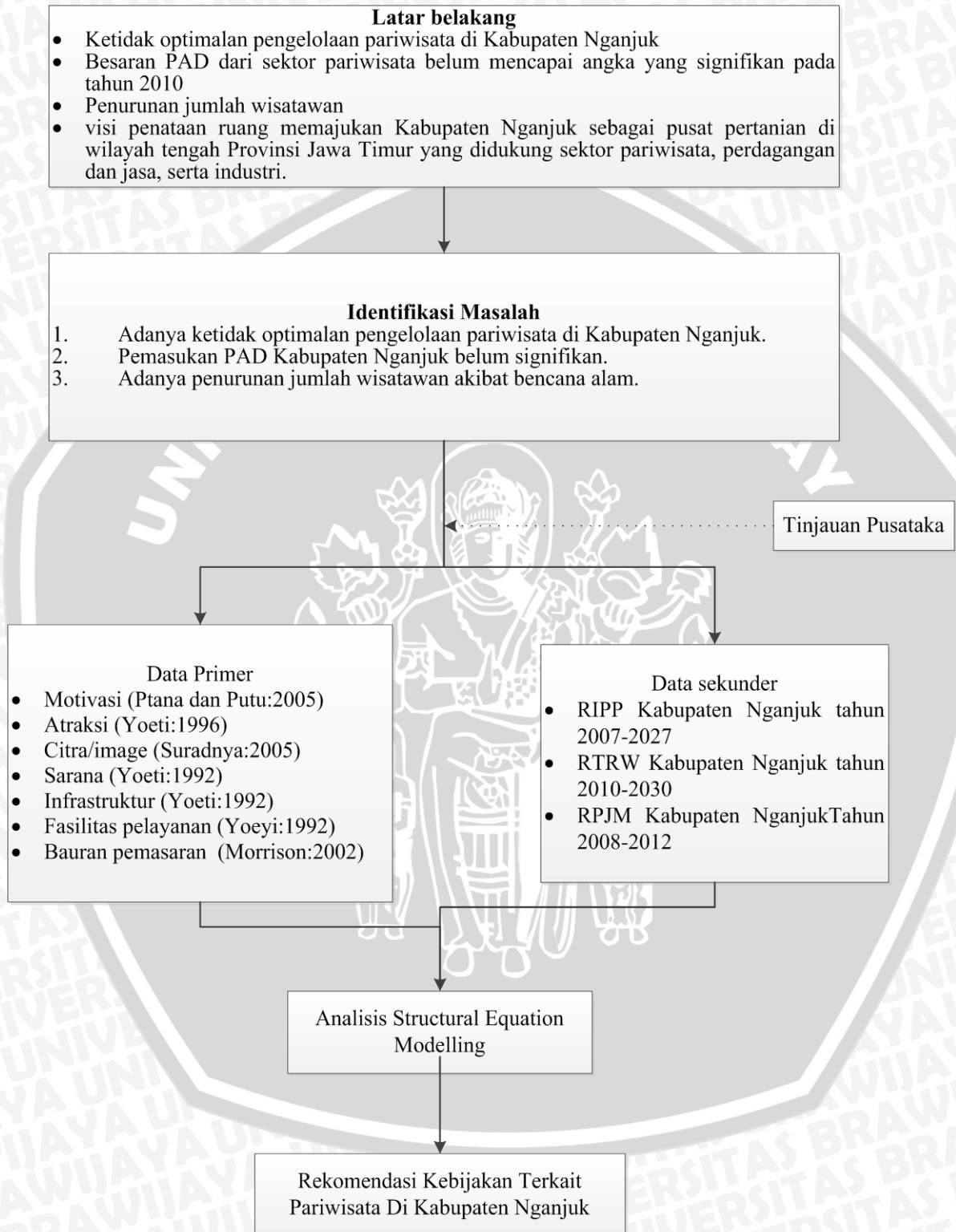
1.7.2 Ruang lingkup wilayah

Lokasi studi yang dipilih adalah objek pariwisata Kabupaten Nganjuk yang berada pada Kawasan Pengembangan Pariwisata 1. Obyek wisata yang akan menjadi lokasi penelitian yaitu Air Terjun Sedudo, Air Merambat Roro Kuning dan Air Terjun Singokromo.



Gambar 1.1 Peta lokasi penelitian

1.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

1.9 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang dilakukannya penelitian ini, sekaligus memberikan tujuan dan manfaat mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Selain itu pada bab ini juga akan menjelaskan ruang lingkup penelitian untuk membatasi materi dan wilayah dalam penelitian agar tidak melebar dari tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian terkait dengan permasalahan yang diangkat. Tinjauan pustaka yang digunakan terkait dengan tinjauan tentang pariwisata, tinjauan tentang metode yang digunakan serta tinjauan terkait kegiatan perencanaan dan pengembangan kawasan. Selain itu pada bab ini juga membahas penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diangkat.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan untuk melakukan penelitian terkait dengan jenis penelitian, lokasi penelitian serta desain penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan temuan di lapangan dan hasil analisis. Bab ini juga membahas mengenai gambaran umum wilayah studi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis dan temuan di lapangan serta saran untuk akademisi maupun pemerintah dan masyarakat terkait hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

2.1.1 Pariwisata

Menurut **Undang Undang No. 10/2009** tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan *pariwisata* adalah *berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.*

Menurut Pendit (1987), ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

- a. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
- b. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara.
- d. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameranpameran dan pecan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- e. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

- f. Wisata Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.
- g. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- h. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalan.

Kabupaten Nganjuk memiliki beberapa potensi wisata alam namun yang lebih menonjol yaitu wisata cagar alam.

Definisi yang dikemukakan tentang pariwisata(Pitana dan Gayatri : 2005) selalu mencakup beberapa ciri pokok yaitu

1. Adanya unsur *travel* (perjalanan) yaitu pergerakan dari manusia dari satu tempat ke tempat yang lainnya
2. Adanya unsur “tinggal sementara “ di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal biasanya
3. Tujuan utama dari dari pergerakan tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju

2.1.2 Wisatawan

Definisi wisatawan menurut Yoeti(1995) adalah setiap orang yang datang dari suatu negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan yang di negara dimana ia tinggal untuk sementara itu membalanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat. Sedangkan menurut Soekadijo (2000) (dalam Sitohang : 2008), menyebutkan motif-motif apa yang menyebabkan orang itu harus disebut wisatawan. Mereka yang termasuk wisatawan adalah :

1. Orang yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang (pleasure), karena alasan keluarga, kesehatan dan sebagainya.
2. Orang yang mengadakan perjalanan untuk keperluan bisnis.

3. Orang yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, olahraga dan sebagainya).
4. Orang yang dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

2.2 Unsur-Unsur Pokok Kepariwisata

Unsur pariwisata adalah keterkaitan beberapa hal dalam mengembangkan potensi fisik yang nantinya menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah pariwisata tersebut. Mengembangkan kepariwisataan suatu obyek wisata sama halnya dengan mengembangkan potensi obyek wisata sehingga dapat meningkatkan pendapatan perekonomian kalangan ataupun pemerintahan setempat.

2.2.1 *Attraction* atau Daya Tarik

Menurut Yoeti (1996) ada beberapa hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung kesuatu tempat wisata. Tujuan wisatawan untuk memilih tempat wisata adalah untuk mencari dan memenuhi beberapa kebutuhan dan permintaan. Hal-hal yang dapat menarik wisatawan tersebut antara lain :

a. Keindahan Alam

Keindahan alam yang dimaksud adalah keadaan atau suasana yang menampilkan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang mata. Keindahan alam juga mencakup keadaan fisik lokasi, keanekaragaman atau keunikan suatu flora dan faunanya.

Keindahan alam dipilih sebagai daya tarik suatu tempat wisata karena banyaknya wisatawan yang tertarik oleh kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan di alam terbuka. Daerah-daerah tersebut antara lain pegunungan, hutan, dan pantai. Tetapi ada juga wisatawan yang hanya sekedar berlibur di akhir pekan atau menghilangkan kejenuhan, biasanya wisatawan yang bermotif seperti itu hanya menginginkan perjalanan wisata pemandangan dan suasana perdesaan. Alam juga sering menjadi bahan study wisatawan budaya, khususnya wisatawan widya.

b. Iklim dan Cuaca

Iklim dan Cuaca Merupakan tema pemasaran yang paling umum sebagai dasar promosi suatu daerah wisata sesudah didirikan beberapa *attraction* pariwisata yang sesuai. Iklim yang umumnya diminati wisatawan adalah iklim yang dapat menciptakan suasana yang memberikan kesejukan, nyaman, tenteram, rapi, dengan adanya penghijauan.

c. Kebudayaan

Keanekaragaman budaya menjadi salah satu hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Yang dimaksud dengan kebudayaan disini adalah kebudayaan dalam arti luas, tidak hanya meliputi “kebudayaan tinggi” seperti kesenian atau perikehidupan keraton dan sebagainya, akan tetapi juga meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup di tengah-tengah suatu masyarakat seperti pakaiannya, cara berbicara, kegiatannya di pasar dan sebagainya. Dalam hal ini semua *act* dan *artifact* (tingkah laku dan hasil karya) sesuatu masyarakat, dan tidak hanya kebudayaan yang hidup, akan tetapi juga kebudayaan yang berupa peninggalan-peninggalan atau tempat-tempat bersejarah. Beberapa kebudayaan yang dilihat wisatawan tersebut antara lain :

1. *Man Made Supply*, adalah hasil karya manusia seperti benda-benda bersejarah, kebudayaan, dan religi.
2. *Way of Life*, adalah tata cara hidup tradisional, kebiasaan hidup, adat istiadat seperti pembakaran mayat di Bali, upacara sekaten di Jogjakarta.
3. *Culture*, adalah kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat yang tinggal di daerah objek wisata.

d. Keamanan

Keamanan adalah suatu kondisi dimana wisatawan dapat merasa aman, yang artinya keselamatan jiwa dan fisik. Keamanan merupakan salah satu hal terpenting yang dilihat wisatawan sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat wisata.

e. Sumber Daya Manusia

Bahwa manusia dapat menjadi atraksi wisata dan menarik kedatangan wisatawan bukan hal yang luar biasa. Manusia sebagai atraksi wisata yang baik apabila orang-orang tidak mengeksploitasi sifat-sifat manusia yang tidak baik untuk mencari keuntungan.

2.2.2 Sarana

Sarana kepariwisataan yaitu semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan. Sarana wisata dapat dibagi dalam tiga unsur pokok (Yoeti:1992), yaitu:

1. Sarana pokok kepariwisataan, adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Termasuk dalam kelompok ini adalah travel agent atau tour operator, perusahaan-perusahaan angkutan wisata, hotel, dan jenis akomodasi lainnya, restoran dan rumah makan lainnya serta obyek wisata dan atraksi wisata.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah menjadikan para wisayawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Yang termasuk dalam kelompok ini seperti sarana olahraga dan lainnya.
3. Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjungi. Yang termasuk dalam kelompok ini antara lain *nightclub* dan *steambath*, *casino* dan *entertainment*, *souvenir shop* dan lain-lain.

Suatu *attraction* juga dapat merupakan fasilitas. Fasilitas wisata dapat dibagi menjadi 5 bagian, yaitu:

1. Fasilitas Utama Wisata adalah fasilitas yang merupakan atraksi utama dari obyek wisata, seperti halnya kolam renang untuk obyek wisata pemandian.
2. Fasilitas Penunjang Wisata adalah fasilitas yang disediakan untuk menunjang keberadaan fasilitas utama, termasuk di dalamnya *toilet* dan *gazebo* atau *shelter*.
3. Fasilitas Pelayanan Wisata adalah fasilitas yang disediakan untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan, termasuk di dalamnya fasilitas peribadatan, area parkir dan warung-warung makanan.
4. Fasilitas Pengelolaan Wisata adalah termasuk di dalamnya loket, pos informasi dan kantor pengelola.
5. Fasilitas Pelengkap Wisata adalah termasuk di dalamnya *playground*, panggung hiburan.

2.2.3 Infrastruktur

Infrastruktur juga termasuk produk yang nyata (*Tangible Product*). Prasarana wisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk dapat memenuhi kebutuhan selama dalam perjalanan. Misalnya jaringan jalan, sarana pelabuhan (udara, laut, darat), telekomunikasi, jaringan listrik, air bersih, rumah sakit dan lain sebagainya.

Attraction dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur. Yang dimaksud dengan prasarana (infrastruktur) adalah semua fasilitas yang adapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana pariwisata menurut Yoeti (1992), dibagi menjadi dua bagian yang penting, yaitu :

A. Prasarana Perekonomian (*Economic Infrastructures*)

Prasarana perekonomian dapat digolongkan menjadi:

1. Pengangkutan

Pengangkutan adalah suatu alat transportasi membawa wisatawan dari daerah asal ke tempat tujuan wisata, dengan menggunakan pesawat

udara untuk jarak jauh, kapal laut, kereta api, bus, atksi dan kendaraan lainnya.

Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung ada transportasi karena faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata, dengan demikian transportasi dapat memudahkan wisatawan mengunjungi suatu daerah tertentu.

2. Biaya perjalanan

Tinggi rendahnya biaya perjalanan akan ikut menentukan apakah seseorang mengadakan perjalanan atau tidak.

3. Prasarana Komunikasi (*Communication Infrastructure*)

Dengan tersedianya prasarana komukasi akan dapat mendorong para wisatawan untuk mengadakan perjalanan jauh. Yang termasuk dalam kelompok ini ialah telepon, telegraf, radio, TV, surat kabar dan pelayanan kantor pos.

4. Kelompok yang termasuk utilitas

Yang termasuk dalam kelompok ini adalah penerangan, listrik, persediaan air minum, sistem irigasi dan sumber energi.

B. Prasarana Sosial (*Social Inrastructures*)

Prasarana Sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada termasuk dalam kelompok ini adalah :

1. Pelayanan Kesehatan (*Health Services Facilities*)

2. Faktor Keamanan (*Safety*) dan Keramahan (*Hospitaly*)

Wisatawan yang sedang mengadakan perjalanan berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal, maka kepastian atau jaminan keamanan sangat penting. Citra yang baik dari suatu produk wisata akan mendorong berkembangnya usaha pariwisata. Menurut Baloglu and McClearly (1999) dalam Suradnya (2005) citra suatu daerah tujuan wisata dipengaruhi oleh sumber informasi dan pengalaman sebelumnya.

C. Petugas yang langsung melayani wisatawan (*Government Apparatus*)

Termasuk dalam kelompok ini adalah petugas imigrasi, petugas bea cukai, petugas kesehatan, polisi dan pejabat-pejabat lain yang berkaitan dengan pelayanan pariwisata.

2.2.4 Motivasi pariwisata

Motivasi yang mendasari seseorang melakukan perjalanan menurut Pitana dan Putu (2005) dimotivasi oleh :

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan berolahraga, bersantai, dan sebagainya
2. *Cultural motivation* (motivasi budaya) yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian tradisional daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (monumen bersejarah)
3. *Social motivation atau interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga (*VFR visiting friend and relatives*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai *prestise*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan, dan seterusnya
4. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enchantment* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga *status and prestige motivation*.

2.2.5 Bauran Pemasaran Pariwisata

Menurut Morrison(2005) bauran pemasaran pariwisata secara populer dikenal dengan 4 P masing-masing: *Product, Price, Place, dan Promotion*.

a. Produk

Menurut Reimed and Hawkins (1979) dalam Yoeti (2005), yang dimaksudkan dengan produk pariwisata adalah keseluruhan pengalaman termasuk di dalamnya akomodasi, sumber-sumber alam, hiburan, transportasi, makanan dan minuman, rekreasi dan daya tarik lainnya.

Menurut Yoeti (2005) karakter yang perlu diperhatikan dalam rangka pemasaran produk industri pariwisata:

1. *Intangibility*

Produk industri pariwisata itu tidak berwujud (*intangibility*), produk itu tidak bisa dipindahkan, dicoba, disentuh, dicium dan bahkan dalam transaksi tidak terjadi pemindahan hak milik dari produsen kepada konsumen.

2. *Inseparability*

Dalam industri pariwisata pada khususnya dan industri jasa pada umumnya, produsen dan konsumen hadir pada waktu yang bersamaan dalam proses produksi dan konsumsi, karena antara produsen dan konsumen tidak ada jarak pemisah.

3. *Stressing The Products Benefits*

Dalam menawarkan atau menjual produk industri pariwisata, perlu penekanan dan meyakinkan kepada calon wisatawan apa kelebihan dan manfaat. bila wisatawan membeli paket wisata melalui *Tour Operator* mereka. Untuk itu, seorang salesman harus memiliki "*Product Knowledge*", tanpa memahami produk yang ditawarkan, dapat di pastikan ia tidak dapat menjelaskan atau menjawab pertanyaan yang diajukan oleh calon wisatawan.

4. *Variability*

Produk industri pariwisata sangat variable sifatnya, selain tidak punya standard yang baku dan kualitasnya sangat tergantung pada siapa produsen yang mengemas dan memberi pelayan tentang produk yang dijual. Karena tidak konsistennya kualitas produk yang dihasilkan, maka sering menimbulkan ketidak puasan wisatawan.

5. *Building A Trusting Relationship*

Orang-orang yang bekerja pada suatu BPW atau *Tour Operator*, hendaknya memiliki kemampuan membina hubungan baik dengan pelanggan dengan jalan menanamkan kepercayaan demi kepercayaan, sehingga mereka memiliki keyakinan bila membeli

tiket atau paket wisata melalui suatu BPW atau *Tour Operator* tertentu. Untuk jangka panjang, strategi ini dapat meningkatkan 'loyalitas' pelanggan untuk tetap menyerahkan semua bentuk jasa perjalanannya pada kita.

6. *Inceasing The Tangibility*

Pada beberapa kesempatan sudah seringkali dijelaskan bahwa dalam transaksi yang dilakukan antara pembeli dan penjual paket wisata tidak pernah terjadi pemindahan hak milik dari produsen kepada konsumen.

7. *Perishability*

Service atau produk jasa tidak bisa ditabung, karenanya juga tidak diperlukan gudang untuk menyimpan produk yang tidak laku hari ini. Hal ini terjadi pada kamar hotel, tempat duduk (*seats*) pada *airline*, kereta api, kapal, atau restoran.

b. Harga

Menurut Yoeti (2005:145) harga adalah salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran, tanpa harga produk tidak bisa ditawarkan kepada konsumen. Masalahnya adalah berapa harga suatu produk harus ditetapkan. Tidak mudah menetapkan harga suatu produk atau barang, banyak faktor yang perlu diketahui sebelum menetapkan harga suatu produk. Tiga faktor yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Tingkat nilai tambah (*value-added*)

Sampai berapa besar nilai tambah telah dimasukkan ke dalam produk sehingga harganya menjadi lebih tinggi, apalagi kalau image lebih berperan dalam perusahaan itu. Bila kualitasnya sama, konsumen akan membeli harga yang termurah. Jadi harganya sangat sensitif sekali. Tetapi kalau beras sudah menjadi nasi goreng dan dijual hotel berbintang, maka harga tidak lagi dominan, tamu hotel akan membayarnya walau harga relatif mahal.

2. Faktor "Information Availability"

Sulitnya konsumen mencari informasi tentang harga suatu produk atau barang membuat produk atau barang tersebut tidak menjadi *pricesensitive*, seperti yang berlaku pada penjualan beras di atas. Banyak barang dijual dengan cara sales promotions yang ditawarkan kepada pelanggan, tetapi konsumen menjadi enggan karena mereka tidak tahu siapa produsennya atau pabrik yang menghasilkan barang itu, sehingga penjual menetapkan harga seenaknya, dengan iming-iming cicilan yang ringan.

3. Struktur Industri

Perusahaan yang memegang monopoli dapat menentukan harga seenaknya, tetapi akan berbeda halnya bila dalam perekonomian itu ada beberapa perusahaan sejenis, maka harga dapat ditetapkan dengan cara harga tetap (*fixing price*) atas kesepakatan mereka bersama. Bagi konsumen cara ini juga tidak menguntungkan, karena harga tetap dikendalikan oleh beberapa perusahaan itu.

c. Tempat atau Lokasi

Menurut Mill dan Morrison (1985:400) dalam Yoeti (2005) merumuskan distribusi produk industri pariwisata sebagai suatu struktur operasi, sebagai suatu sistem keterkaitan berbagai kombinasi organisasi melalui produsen penghasil produk industri pariwisata menjelaskan dan memberi kepastian tentang perencanaan perjalanan kepada calon wisatawan. Distribusi dapat dilakukan dengan cara langsung atau tidak langsung-kepada konsumen (bila melalui perantara yang ditunjuk sebagai agen).

Sehubungan dengan sistem distribusi produk industri pariwisata di daerah, maka Organisasi Pariwisata Dunia (OPD) dapat menyediakan pelayanan bagi kepentingan wisatawan melalui: Yoeti (2005:163)

1. Menyediakan informasi tentang bagaimana berbagai perusahaan industri pariwisata terdiri dalam sistem distribusi dikoordinasikan di daerah itu.

2. Menyediakan informasi bagaimana wisatawan seharusnya bertindak dalam sistem dan bagaimana dapat mempengaruhi mereka melalui perantara (*Travel Agent*, BPW atau *Tour Operator*) yang ditunjuk.
3. Membuat proyeksi (*forecasting*) kedatangan kunjungan wisatawan untuk perusahaan kelompok industri pariwisata dan para perantara untuk dijadikan sebagai dasar keputusan strategi pemasaran selanjutnya.
4. Memberikan bimbingan kepada perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan di DTW tersebut bersama-sama dengan perantara yang ditunjuk bagi daerah itu.

Bila hendak menentukan suatu kebijaksanaan memilih saluran distribusi, faktor-faktor yang banyak menentukan di antaranya adalah: Yoeti (2005:166)

1. Tempat atau lokasi,tempat di mana penjualan produk dilakukan(di dalam atau diluar negeri).
2. Biaya distribusi yang dikeluarkan untuk beroperasi.
3. Efektif atau tidak penjualan dilakukan di kota atau tempat tersebut.
4. Kesan atau kualitas produk yang ditawarkan

d. Promosi

Menurut Yoeti (2005:169) strategi promosi terdiri dari bermacam-macam komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi dan meyakinkan atau membujuk calon wisatawan yang potensial untuk melakukan perjalanan wisata. Adapun macam kegiatan promosi yang biasa di lakukan adalah: *Advertising, Personal Selling, Sales Promotions, Brochures Printing, Positioning, Public Relations, dan Publicity.*

Yoeti (2005) langkah-langkah penting yang perlu dilakukan dalam mengembangkan strategi promosi adalah:

- a. Menentukan target pasar yang akan dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang akan dilakukan. Dengan mengetahui target pasar, kita akan lebih mudah melakukan pemilihan terhadap: media yang akan

- digunakan, bahasa yang akan dipakai, dan waktu-waktu biasanya mereka melakukan perjalanan wisata.
- b. Menetapkan kelayakan promosi yang akan dilakukan. Maksudnya, jenis dan macam promosi apa saja yang akan dilakukan, dan berapa anggaran yang akan digunakan untuk suatu target pasar tertentu.
 - c. Mengatur komposisi unsur-unsur bauran pemasaran yang akan digunakan.
 - d. Mempersiapkan bentuk-bentuk desain iklan yang akan digunakan, mulai dari ukuran (*size*), berwarna atau hitam-putih, bahasa yang digunakan, produk yang ditonjolkan dan *copy-writing* yang mengenai sasaran.
 - e. Merumuskan bentuk-bentuk kegiatan *Sales Promotions* yang akan dilakukan.
 - f. Perencanaan pembuatan *promotion materials*, termasuk bentuk-bentuk *hand-out* yang akan diberikan pada setiap pertemuan formal kepada pejabat-pejabat pariwisata dari luar negeri dan pencetakan brosur yang berkualitas.
 - g. Rencana dan jadwal mengundang BPW, *Tour Operator* dan *Travel Writer* luar negeri untuk melihat secara langsung melihat dan menyaksikan produk-produk suatu DTW (daerah tujuan wisata) yang siap jual.
 - h. Menunjuk seorang *Public Relations Officer*, untuk menjaga atau memelihara citra suatu DTW (daerah tujuan wisata) dan sekaligus untuk meng-counter berita-berita negatif untuk konsumsi luar negeri, khususnya target pasar yang dituju.

2.3 Kebijakan Umum Pariwisata Republik Indonesia

Penataan kawasan pariwisata harus selaras dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Pembangunan kepariwisataan meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan kepariwisataan yang dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan baik nasional, provinsi maupun kabupaten/kota.

Penetapan kawasan strategis pariwisata dilakukan dengan memperhatikan aspek:

- a. Sumber daya pariwisata alam dan budaya yang potensial menjadi daya tarik pariwisata
- b. Potensi pasar
- c. Lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan bangsa dan keutuhan wilayah;
- d. Perlindungan terhadap lokasi tertentu yang mempunyai peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup;
- e. Lokasi strategis yang mempunyai peran dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya;
- f. Kesiapan dan dukungan masyarakat; dan
- g. Kekhususan dari wilayah.

Menurut Dunn (2000) terdapat indikator dalam evaluasi sebuah kebijakan yaitu:

Table 2.1 Indikator evaluasi kebijakan Dunn

Indikator	Kriteria pertanyaan
Efektivitas	Apakah hasil yang diinginkan telah dicapai ?
Efisiensi	Seberapa banyak usaha diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan ?
Kecukupan	Seberapa jauh pencapaian hasil yang diinginkan memecahkan masalah ?
Pemerataan	Apakah biaya dan manfaat didistribusikan dengan merata kepada kelompok yang berbeda ?
Responsivitas	Apakah hasil kebijakan memuaskan kebutuhan, preferensi atau nilai kelompok tertentu ?
Ketepatan	Apakah hasil (tujuan) yang diinginkan benar – benar berguna atau bernilai ?

Sumber : Dunn:2000

Analisis kebijakan yang dilakukan berdasarkan pada teori fungsi manajemen menurut Gullick seperti yang dikutip Siagian (1988). Berdasarkan teori analisis kebijakan dilakukan melalui 7 tahap yaitu :

- a. *Planning* (perencanaan);
- b. *Organizing* (pengorganisasian);
- c. *Staffing* (pengadaan tenaga kerja);
- d. *Directing* (pemberian bimbingan);
- e. *Coordinating* (pengkoordinasian);
- f. *Reporting* (pelaporan); dan
- g. *Budgeting* (penganggaran).

Berbeda dengan pendapat di atas, Koontz dan O'Donnel yang dikutip Siagian (1989), membagi dalam lima bagian, yakni :

- a. *Planning* (perencanaan);

- b. *Organizing* (pengorganisasian);
- c. *Staffing* (pengadaan tenaga kerja);
- d. *Directing* (pemberian bimbingan);
- e. *Controlling* (pengawasan).

Sedangkan Hersey dan Blanchard (1988), membaginya menjadi empat bagian, yakni;

- a. *Planning* (perencanaan);
- b. *Organizing* (pengorganisasian);
- c. *Motivating* (penggerakan);
- d. *Evaluating* (evaluasi).

2.4 Analisis Structural Equation Modelling

Pemodelan persamaan struktural dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*) dan analisis jalur (*path analysis*). Dengan demikian di dalam analisis SEM dapat dilakukan tiga macam kegiatan yaitu pengecekan validitas dan reliabilitas instrument (berkaitan dengan analisis *factor konfirmatory*), pengujian model hubungan antar variabel (berkaitan dengan analisis jalur) dan kegiatan untuk mendapatkan suatu model yang cocok untuk prediksi (berkaitan dengan analisis regresi atau analisis model struktural) (Sugiyono:2010).

2.4.1 Karakteristik SEM

Karakteristik SEM terbagi dalam komponen-komponen model SEM yang terdiri dari :

- 2 jenis variable yaitu variabel laten dan variable teramati

Variabel laten yaitu variabel kunci yang hanya etramati secara tidak langsung. Variabel laten ada 2 yaitu variabel laten eksogen (ξ) dan variable laten endogen (η).



Gambar 2.1 Variable Laten Eksogen dan Endogen

Sedangkan variabel teramati atau variable terukur yaitu variable yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut indikator. Variabel teramati merupakan efek atau ukuran dari variabel laten.



Gambar 2.2 Indikator Endogen (Y) dan Indikator Eksogen (X)

- 2 jenis model yaitu model struktural dan model pengukuran
- Model struktural menggambarkan hubungan-hubungan yang ada pada variabel-variabel laten. Sedangkan dalam model pengukuran setiap variabel laten dimodelkan sebagai sebuah faktor yang mendasari variabel-variabel teramati terkait. Pada umumnya pengguna SEM tidak berharap bahwa variabel bebas dapat diprediksi secara sempurna variabel terikat, sehingga dalam suatu model dapat ditambahkan komponen kesalahan struktural (ζ). Sedangkan kesalahan pengukuran dipergunakan untuk memodelkan ketiksempurnaan indikator-indikator dengan menambahkan beberapa variabel.

2.4.2 Tahapan SEM

Menurut Wijanto (2008) Tahapan dalam prosedur SEM yaitu :

1. Spesifikasi model

Pementukan model awal persamaan structural sebelum dilakukan estimasi..model awal ini diformulasikan berdasarkan suatu teori atau penelitian terdahulu.

2. Identifikasi

Pengkajian tentang kemungkinan diperolehnya nilai unik untuk setiap parameter yang ada dalam model dan kemungkinan persamaan simultan tidak ada solusinya.

3. Estimasi

Tahap ini berkaitan dengan estimasi terhadap model untuk menghasilkan nilai-nilai parameter dengan menggunakan salah satu metode estimasi yang tersedia. Pemilihan metode seringkali berdasarkan karakteristik variabel-variabel yang di analisis.

4. Uji kecocokan

Pengujian kecocokan model dengan data. Beberapa kriteria ukuran kecocokan digunakan dalam langkah ini.

5. Respesifikasi

Tahap ini berkaitan dengan respesifikasi model berdasarkan atas hasil uji kecocokan tahap sebelumnya. Berikut merupakan penjabaran masing-masing tahapan dalam SEM :

1. Spesifikasi model

SEM dimulai dengan menspesifikasikan model penelitian yang akan diestimasi. Melalui langkah-langkah dibawah ini peneliti dapat memperoleh model yang diinginkan :

a. Spesifikasi model pengukuran

- Definisikan variabel-variabel laten didalam penelitian
- Definisikan variabel-variabel teramati
- Definisikan hubungan antara setiap variabel laten dengan variabel-variabel tidak teramati yang terkait

b. Spesifikasi model struktural

- Definisikan hubungan kausal diantara variabel-variabel laten tersebut

c. Gambar *path diagram* dari model *hybrid* yang merupakan kombinasi model pengukuran dan structural (jika diperlukan).

2. Identifikasi model

Secara garis besar ada 3 kategori identifikasi dalam persamaan simultan yaitu :

a. *Under-Identified*

Model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui (data tersebut merupakan *variance* dan *covariance* dari variabel-variabel laten teramati). Contoh :

$$X + Y = 10$$

Jenis identifikasi ini memiliki *degree of freedom* (jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi) negatif

b. *Just Identified*

Model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah data yang diketahui (data tersebut merupakan *variance* dan *covariance* dari variabel-variabel laten teramati). Contoh:

$$X + Y = 10$$

$$X + 2Y = 16$$

Jenis identifikasi ini memiliki *degree of freedom* (jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi) nol.

c. *Over identified*

Model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui (data tersebut merupakan *variance* dan *covariance* dari variabel-variabel laten teramati). Contoh :

$$X + Y = 10$$

$$X + 2Y = 16$$

$$X + Y = 22$$

Jenis identifikasi ini memiliki *degree of freedom* (jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi) positif

3. Estimasi

Estimasi dilakukan untuk memperoleh nilai parameter-parameter yang ada di dalam model. Ada beberapa jenis fungsi F yang diminimisasikan F, dan ini berkaitan dengan estimator yang digunakan yaitu *Maximum Likelihood* dan *Weighted Last Square Estimation*. Berikut secara garis besar uraian dua jenis fungsi F tersebut :

a. *Maximum Likelihood*

Maximum Likelihood Estimator (MLE) memiliki karakteristik yang penting dan karakteristik ini adalah *asimptotik* sehingga berlaku untuk sampel yang besar :

1. Meskipun estimator tersebut mungkin bias untuk sampel kecil namun MLE secara asimptotik tidak bias
2. MLE adalah konsisten

3. MLE adalah *asymptotically efficient*, sedemikian sehingga diantara estimator yang konsisten, tidak ada yang memiliki *asymptotik covariance* lebih kecil.

b. *Weighted Last Square Estimator*

Weighted Last Square Estimator (WLS) adalah *asymptotic distribution free*. Ukuran sampel yang digunakan untuk melakukan estimasi lebih besar dari *Maximum Likelihood* (ML). Ukuran sampel sebagai *rule of thumb* yang diperlukan untuk estimasi WLS yaitu minimal 10 responden untuk setiap variabel teramati. Jadi jika model memiliki 20 variabel teramati maka minimal 200 responden untuk estimasi WLS.

4. Uji kecocokan

Dalam tahap ini akan diperiksa tingkat kecocokan antara data dengan model, validitas dan reliabilitas model pengukuran, dan signifikansi koefisien-koefisien dari model struktural.

Perbandingan ukuran *Goodness of Fit* (GOF) dapat dilihat pada tabel 2.2.

Tabel 2.2 Perbandingan GOF

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima
ABSOLUTE-FIT MEASURES	
<i>Statistic Chi-square</i>	Menguji uji statistik yang berkaitan dengan persyaratan signifikan. Semakin kecil semakin baik.
<i>Non-centrality parameter (NCP)</i>	Dinyatakan dalam bentuk spesifikasi ulang dari <i>Chi-square</i> . Penilaian didasarkan atas perbandingan dengan model lain. Semakin kecil semakin baik.
<i>Scaled NCP(SNCP)</i>	NCP dinyatakan dalam bentuk rata-rata perbedaan setiap observasi dalam rangka perbandingan antar model. Semakin kecil semakin baik.
<i>Goodness-of-fit index (GFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $GFI \geq 0.90$ adalah <i>good-fit</i> , sedangkan $0.80 \leq GFI \leq 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Root mean Square residuan (RMR)</i>	Residual rata-rata antar matrik (korelasi atau kovarian) teramati dan hasil estimasi. $Standardized\ RMR \leq 0.05$ adalah <i>good fit</i>
<i>Root mean Square error of approximation (RMSEA)</i>	Rata-rata perbedaan per degree of freedom yang diharapkan terjadi dalam populasi dan bukan sampel. $RMSEA \leq 0.08$ adalah <i>good fit</i> sedangkan $RMSEA < 0.05$ adalah <i>close fit</i> .
<i>Expected Cross-validation-index (ECVI)</i>	Digunakan untuk perbandingan antar model. Semakin kecil semakin baik. Pada model tunggal, nilai I ECVI dari model yang mendekati nilai saturated ECVI menunjukkan <i>good fit</i>
INCREMENTAL FIT MEASURES	

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima
<i>Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $TLI \geq 0.90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0.80 \leq TLI < 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Normed fix index</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $NFI \geq 0.90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0.80 \leq NFI < 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Adjusted goodness of fit index (AGFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $AGFI \geq 0.90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0.80 \leq AGFI < 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Relative fit index (RFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $RFI \geq 0.90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0.80 \leq RFI < 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Incremental fit index (IFI)</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $IFI \geq 0.90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0.80 \leq IFI < 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Comparative fit index</i>	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $CFI \geq 0.90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0.80 \leq CFI < 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
PARSIMONIOUS FIT MEASURES	
<i>Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)</i>	Spesifikasi ulang dari GFI, dimana nilai lebih tinggi menunjukkan parsimoni yang lebih besar.
<i>Normed Chi-Square</i>	Rasio <i>Chi-Square</i> dibagi <i>degree of freedom</i> . Nilai yang disarankan : batas bawah :1.0 , batas atas : 2,0 atau 3.0 yang lebih rendah 5,0.
<i>Parsimonious normed fit index (PNFI)</i>	Nilai yang tinggi menunjukkan kecocokan yang lebih baik, hanya digunakan untuk perbandingan antar model alternatif.
<i>Akaike information criterion (AIC)</i>	Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik: digunakan untuk perbandingan antar model. Pada model tunggal nilai AIC dari model yang mendekati nilai <i>saturated</i> AIC menunjukkan <i>good fit</i> .
<i>Consistent akaike information criterion (CAIC)</i>	Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik: digunakan untuk perbandingan antar model. Pada model tunggal nilai CAIC dari model yang mendekati nilai <i>saturated</i> CAIC menunjukkan <i>good fit</i> .
OTHER GOFI	
<i>Critical "N" (CN)</i>	$CN \geq 200$ menunjukkan ukuran sampel mencukupi untuk digunakan mengestimasi model. Kecocokan yang memuaskan atau baik

Sumber : Wijanto (2008)

Nilai marginal fit mengindikasikan bahwa hasil estimasi sudah cukup baik dan dapat dilaksanakan ke tahap selanjutnya (Wahdi:2006).

5. Respesifikasi

Respesifikasi merupakan langkah berikutnya setelah uji kecocokan dilaksanakan. Pelaksanaan respesifikasi sangat bergantung kepada strategi pemodelan yang akan digunakan. Ada 3 strategi pemodelan yang dapat dipilih SEM yaitu:

- a. Strategi pemodelan konfirmatori atau *confirmatory modelling strategy*

Pada pemodelan strategi ini diformulasikan atau dispesifikasi satu model tunggal, kemudian dilakukan pengumpulan atau dispesifikasi satu model tunggal, kemudian dilakukan pengumpulan data empiris untuk diuji signifikannya.

- b. Strategi kompetisi model atau *competing models strategy* atau *alternative/competing models/AM*

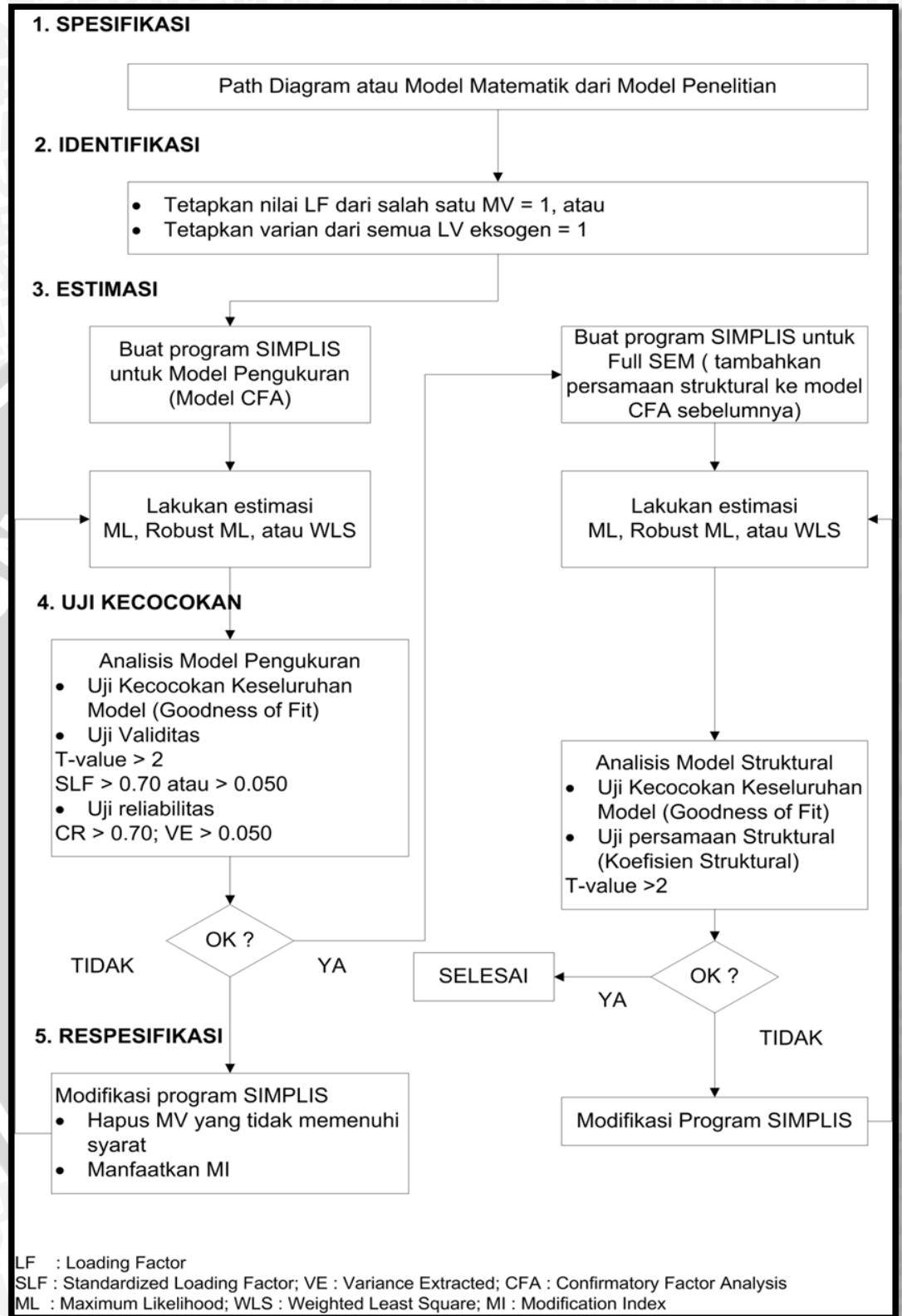
Pada strategi pemodelan ini beberapa model alternatif dispesifikasikan dan berdasarkan analisis terhadap satu kelompok data empiris dipilih satu model yang sesuai.

- c. Strategi pengembangan model atau *model development strategy* atau *model generating/MG*

Pada strategi pemodelan suatu model awal dispesifikasikan dan data empiris dikumpulkan. Jika model awal tersebut tidak cocok dengan data secara baik, maka model dimodifikasi dan diuji kembali dengan data yang sama.

Tahapan analisis SEM dapat dilihat pada gambar 2.3.





Gambar 2.3 Skema SEM

Sumber : Wijanto:2008

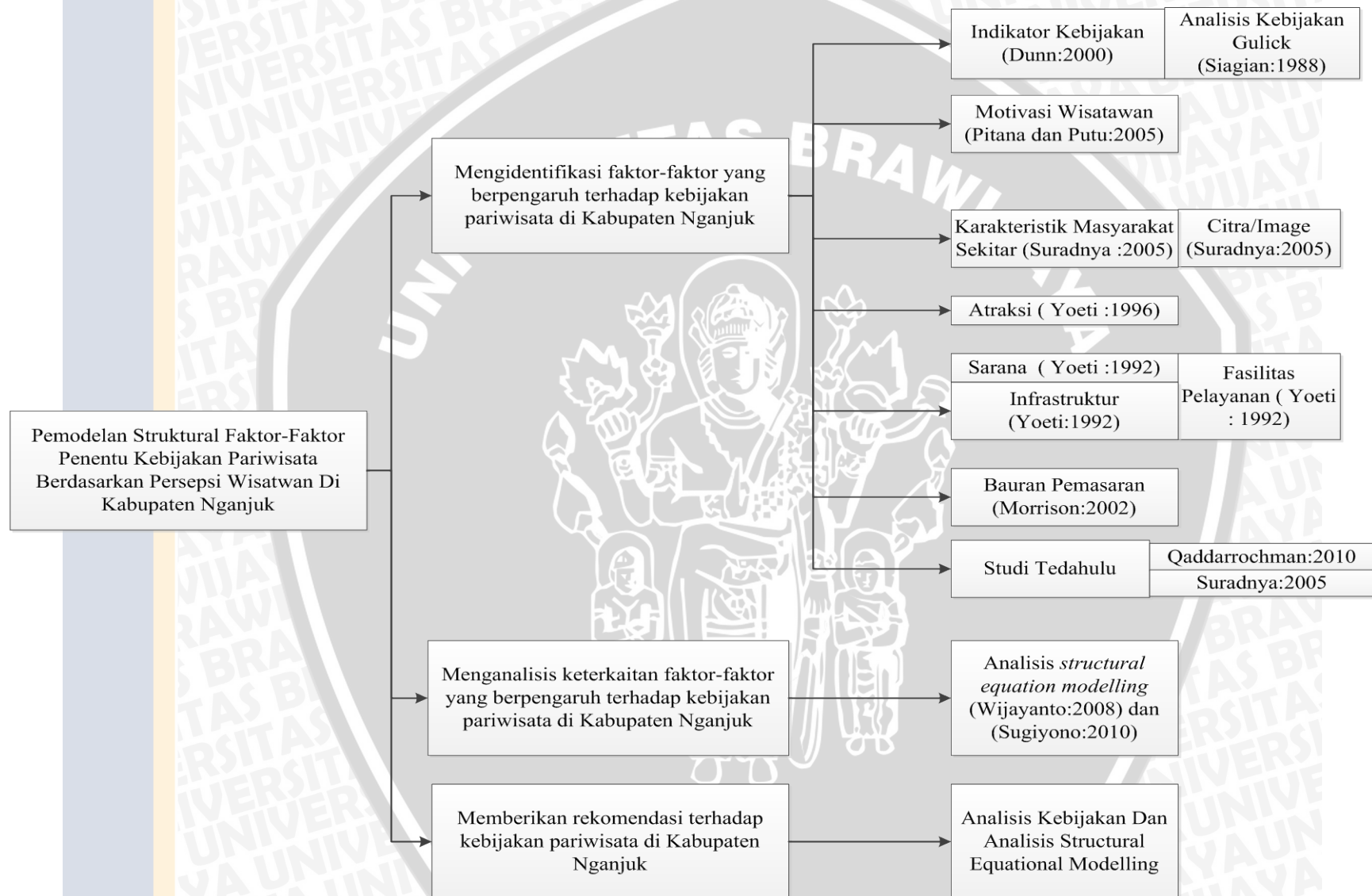
2.5 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Jenis analisis	Hasil	Perbedaan	Bagian Yang Digunakan
Nasrul Qadarrochman	Analisis Penerimaan Daerah Dari Sektor Pariwisata Di Kota Semarang Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya	Variabel dependent • Penerimaan Sektor Pariwisata (Rupiah) Variabel independent • Jumlah Obyek Wisata (Unit) • Jumlah Wisatawan (Orang) • Tingkat Hunian Hotel (Unit) • Pendapatan Perkapita (Rupiah)	Regresi linear berganda	Dari keempat variabel yang dianalisis yaitu variabel jumlah obyek wisata, • variabel jumlah wisatawan dan variabel tingkat hunian hotel dinyatakan signifikan semua, sedangkan variabel pendapatan perkapita dinyatakan tidak signifikan • Variabel jumlah obyek wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan daerah. • Variabel jumlah wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan daerah • Variabel tingkat hunian hotel berpengaruh positif dan	Lebih membahas faktor-faktor kepariwisataan dengan lebih luas. Selain itu analisis yang dipergunakan juga berbeda. Dalam penelitian ini juga akan diteliti mengenai keterkaitan antara masing-masing faktor	Asusmi bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penerimaan daerah dengan variabel pariwisata

Nama	Judul	Variabel	Jenis analisis	Hasil	Perbedaan	Bagian Yang Digunakan
I Made Suradnya	Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata Bali Dan Implikasinya Terhadap Perencanaan Pariwisata Daerah Bali	Variabel terikatnya yaitu : kebijakan pemerintah Variable bebasnya yaitu : (1) harga (<i>prices</i>) produk wisata yang wajar, (2) Budaya (<i>culture</i>) dengan segala bentuk daya tariknya, (3) Pantai (<i>beach</i>) dengan atraksi-atraksi yang ditawarkan, (4) Kenyamanan (<i>convenience</i>) selama melakukan kegiatan berwisata, (5) Kesempatan untuk relaksasi (<i>relaxation</i>), (6) Citra (<i>image</i>) atau reputasi atau nama besar yang dimiliki Bali, (7) Keindahan alam (<i>natural beauty</i>), dan (8) Keramahan penduduk setempat (<i>people</i>).	• Analisis faktor	signifikan terhadap penerima an daerah. Melalui analisis faktor (<i>factor analysis</i>) berhasil diidentifikasi 8 faktor yang menjadi daya tarik yakni; (1) Harga (<i>price</i>), (2) Budaya (<i>culture</i>), (3) Pantai (<i>beach</i>) (4) Kenyamanan (<i>convenience</i>), (5) Relaksasi (<i>relaxation</i>), (6) Citra (<i>image</i>), (7) Keindahan alam (<i>natural beauty</i>), dan (8) Penduduk setempat (<i>people</i>).	Lebih membahas faktor-faktor kepariwisataan dengan lebih luas. Selain itu analisis yang dipergunakan juga berbeda. Dalam penelitian ini juga akan diteliti mengenai keterkaitan antara masing-masing faktor	Penggunaan variabel terikat yaitu kebijakan dan variabel bebasnya yaitu : (1) Harga (<i>price</i>), (2) Budaya (<i>culture</i>), (3) Kenyamanan (<i>convenience</i>), (4) Citra (<i>image</i>), (5) Keindahan alam (<i>natural beauty</i>), dan (6) Penduduk setempat (<i>people</i>)

Sumber : Hasil Pemikiran (2012)

2.6 Kerangka Teori



Gambar 2.4 Kerangka Teori

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional

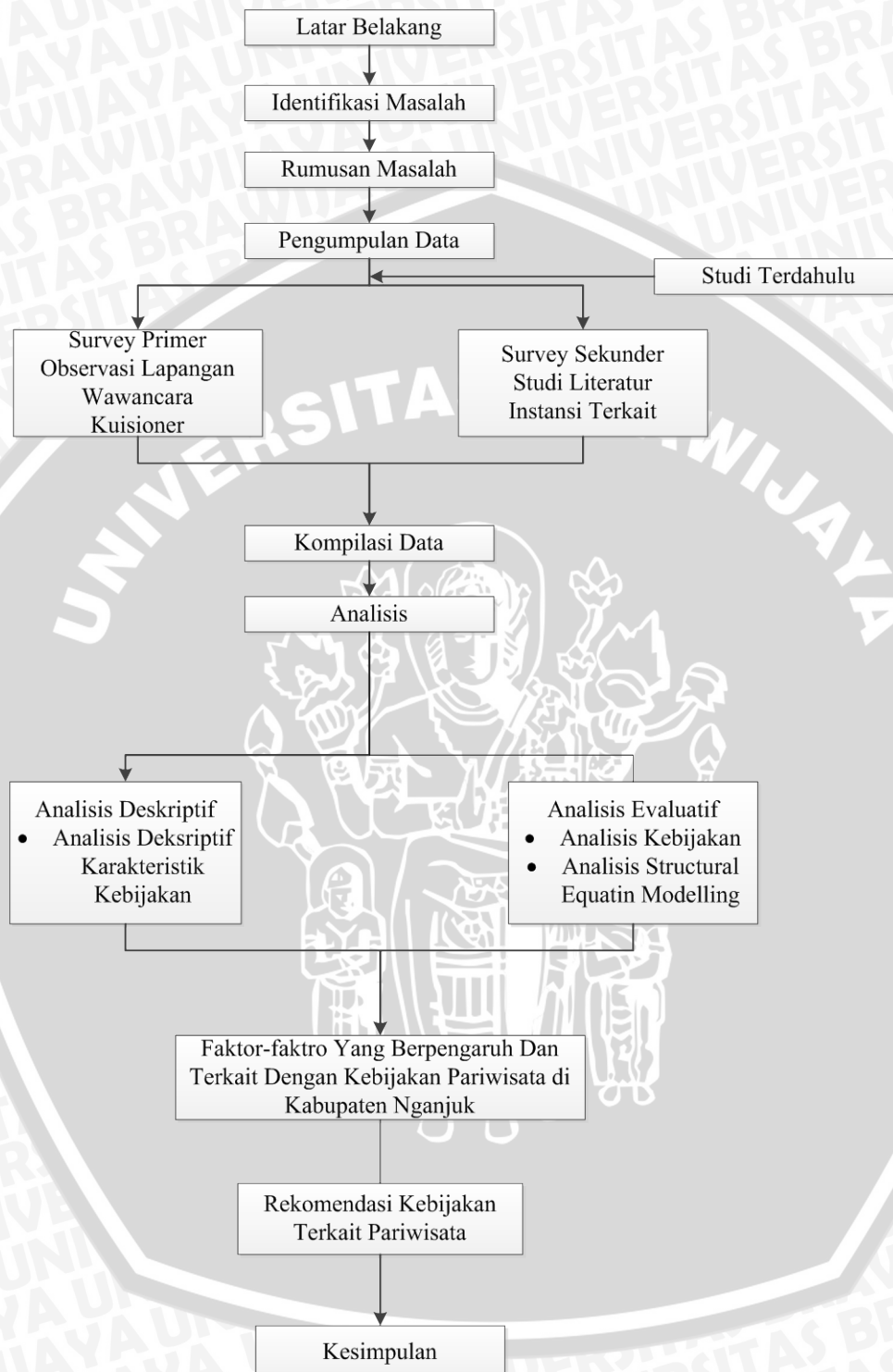
Berdasarkan judul yang telah ditetapkan yaitu ” **Pemodelan Struktural Faktor-Faktor Penentu Kebijakan Pariwisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Kabupaten Nganjuk**”, diperlukan pendefinisian beberapa hal yang digunakan untuk membatasi penelitian. Hal tersebut, antara lain:

1. Pariwisata merupakan sumber pendapatan daerah. Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah (**Undang Undang No. 10/2009**). Dalam penyusunan kebijakan terdapat banyak variabel yang dipertimbangkan. Variable yang digunakan dalam penelitian adalah kebijakan pariwisata, motivasi, masyarakat/lingkungan, atraksi, citra/*image* ,sarana, infrastruktur, fasilitas pelayanan dan bauran pemasaran.
2. Pembangunan kepariwisataan meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan kepariwisataan yang dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan baik nasional, provinsi maupun kabupaten/kota. (**Undang Undang No. 10/2009**)

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif didasarkan pada variabel-variabel yang dikaji dalam penelitian yang akan dilakukan. Penelitian kualitatif mengarah pada penelitian deskriptif yang mengaplikasikan teori terkait dan berdasarkan kondisi di wilayah studi. Pengaruh setiap variabel diteliti dengan analisis *Structural Equation Modelling* yang menggunakan *software* LISREL 8.8 sehingga akan diketahui keterkaitan dan besarnya pengaruh masing-masing variabel untuk selanjutnya dianalisis menggunakan analisis SWOT sehingga akan menghasilkan rekomendasi kebijakan.

3.3 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian

3.4 Variabel Penelitian

Berdasarkan teori dan dari hasil studi terkait yang pernah dilakukan, maka variabel yang akan dibahas dan diteliti pada penelitian terdapat pada tabel berikut 3.1.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

Tujuan penelitian	Sumber pengambilan variabel	Variabel	Sub variabel
Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk	Dunn (2000)	Indikator kebijakan	Efektivitas Efisiensi Kecukupan Pemerataan Responsivitas Ketepatan
	Pitana dan putu (2005)	Motivasi wisatawan	Motivasi fisik Motivasi budaya Motivasi social Motivasi fantasi
	Suradnya (2005)	Masyarakat /Lingkungan Citra/ <i>image</i>	Karakteristik masyarakat setempat Pengalaman sebelumnya Sumber informasi
	Yoeti (1996)	Atraksi	Keindahan alam Cuaca/iklim Kebudayaan Keamanan Sumberdaya manusia
	Yoeti (1992)	Sarana	Sarana pokok kepariwisataan Sarana pelengkap kepariwisataan Sarana penunjang kepariwisataan
		Infrastruktur	Pengangkutan Biaya perjalanan Infrastruktur Komunikasi Kelompok utilitas Pelayanan kesehatan Keamanan(<i>safety</i>) dan keramahan (<i>hospitality</i>) Petugas yang melayani (<i>government apparatus</i>)
		Fasilitas pelayanan	Fasilitas utama Fasilitas penunjang Fasilitas pelayanan wisata Fasilitas Pengelolaan Fasilitas pelengkap
	Morrison (2002)	Bauran pemasaran	Produk Harga (<i>price</i>) Tempat (<i>place</i>) Promosi (<i>promotion</i>)

Sumber: Hasil Pemikiran (2012)

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain dengan cara mencari data primer (observasi lapangan, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi), data sekunder (studi pustaka dan survei ke instansi-instansi terkait), dan pengambilan sampel.

3.5.1 Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari lapangan dengan cara melakukan observasi lapangan untuk mengetahui secara langsung mengenai karakteristik kepariwisataan di Kabupaten Nganjuk. Adapun teknik-teknik yang dilakukan yaitu

A. Observasi Lapangan

Kegiatan observasi lapangan bertujuan untuk mengetahui secara langsung lokasi penelitian sehingga dapat memahami secara menyeluruh tentang kondisi fisik, dan sosial masyarakat.

B. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada wisatawan terkait dengan kondisi obyek wisata.

C. Kuisioner

Kuisioner merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden. Pengisian dilakukan dengan panduan surveyor untuk meminimalisir kesalahan dalam proses pengisian kuisioner oleh responden. Responden pada penelitian ini adalah wisatawan yang berwisata pada Obyek Wisata Air Terjun Sedudo, Air Merambat Roro Kuning, dan Air Terjun Singokromo yang disebut sebagai sampel.

D. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan melalui pemotretan untuk memperlihatkan gambaran wilayah studi yang berupa arsip, foto, dan gambar. Dokumentasi bertujuan untuk memberi gambaran yang jelas mengenai kondisi fisik wilayah studi. Dari hasil dokumentasi pada wilayah studi diperoleh data yaitu mengenai gambaran fisik wilayah studi.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan cara melakukan survei sekunder yang dilakukan melalui:

1. Studi literatur

Studi literatur dilakukan dengan mencari materi bahasan yang sesuai dengan materi penelitian yang akan digunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis. Materi bahasan dapat diperoleh melalui buku-buku, jurnal, laporan penelitian, dan kebijakan-kebijakan terkait.

2. Survei instansi

Survei instansi bertujuan untuk mencari data pendukung yang berhubungan dengan kepariwisataan di Kabupaten Nganjuk

Tabel 3.2 Instansi dan Data yang dibutuhkan

No.	Instansi	Data yang dibutuhkan	Dokumen
1	BAPPEDA	• Kebijakan tata ruang terkait pariwisata	• RTRW Kabupaten Nganjuk 2010-2030
2	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah	• Arahana pengembangan pariwisata Kabupaten Nganjuk • Data jumlah wisatawan	• RIPP Kabupaten Nganjuk tahun 2007-2027
3	Badan Pusat Statistik	• Kondisi perekonomian Kabupaten Nganjuk • Data pendapatan daerah	• Kabupaten Nganjuk dalam Angka Tahun 2009 dan 2010

Sumber: Hasil Pemikiran (2012)

3.5.3 Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam studi ini adalah jumlah wisatawan pada Obyek Wisata Air Terjun Sedudo, Air Merambat Roro Kuning, dan Air Terjun Singokromo. Jumlah sampel diperoleh dari banyak indikator yang digunakan dalam metode SEM serta metode estimasi yang digunakan. Metode estimasi yang digunakan yaitu *Maximum Likelihood* sehingga nilai minimal responden masing-masing indikator adalah 5 responden. Metode sampel didasarkan pada metode estimasi Maximum Likelihood karena metode estimasi tersebut membutuhkan sampel paling kecil diantara metode estimasi yang lainnya. Jumlah variabel yang teramati sebanyak 38 buah sehingga total sampel yang digunakan yaitu 190 Total sampel tersebut didistribusikan pada 3 lokasi obyek wisata dengan dasar dapat dilihat pada tabel 3.3

Tabel 3.3 Jumlah Sampel Tiap Obyek Wisata

Lokasi obyek wisata	Kapasitas (orang)	Skala	Jumlah sampel
Air Terjun Sedudo	3000	Nasional	75
Air Merambat Roro Kuning	4000	Regional	75

Lokasi obyek wisata	Kapasitas (orang)	Skala	Jumlah sampel
Air Terjun Singokromo	300	Lokal	40
Jumlah			190

Sumber: Hasil Pemikiran (2012) dan RIPP Kabupaten Nganjuk

Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *Insidental sampling*, yaitu penyebaran kuisioner kepada siapa saja yang kebetulan ditemui oleh peneliti bila orang tersebut cocok dijadikan sampel. Teknik *Insidental sampling* dipergunakan karena dalam teori kepariwisataan populasi wisatawan tidak diketahui sehingga tidak ada batasan. Namun pada penelitian ini wisatawan yang cocok dijadikan sampel adalah orang yang datang ke obyek wisata dengan motif sesuai dengan variabel. Wisatawan yang diteliti memiliki usia minimal 12 tahun. Pengambilan sampel dilakukan mulai pukul 09.00 hingga 17.00.

3.5.4 Jadwal Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan bantuan 3 orang surveyor. Survey dilakukan setiap hari Sabtu dan Minggu karena jumlah pengunjung memiliki jumlah paling banyak sewaktu *weekend* (akhir pekan). Berikut rincian jadwal pengambilan sampel.

Tabel 3.4 Jadwal Pengambilan Sampel

Lokasi obyek wisata	Waktu pengambilan	Jumlah surveyor	Jumlah sampel
Air Terjun Sedudo	13-14 Oktober 2012	3	75
Air Merambat Roro Kuning	20-21 Oktober 2012	3	75
Air Terjun Singokromo	3-4 November 2012	3	40

Sumber: Hasil Survey 2012

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini, antara lain:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang dilakukan yaitu menggambarkan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk secara kualitatif maupun kuantitatif.

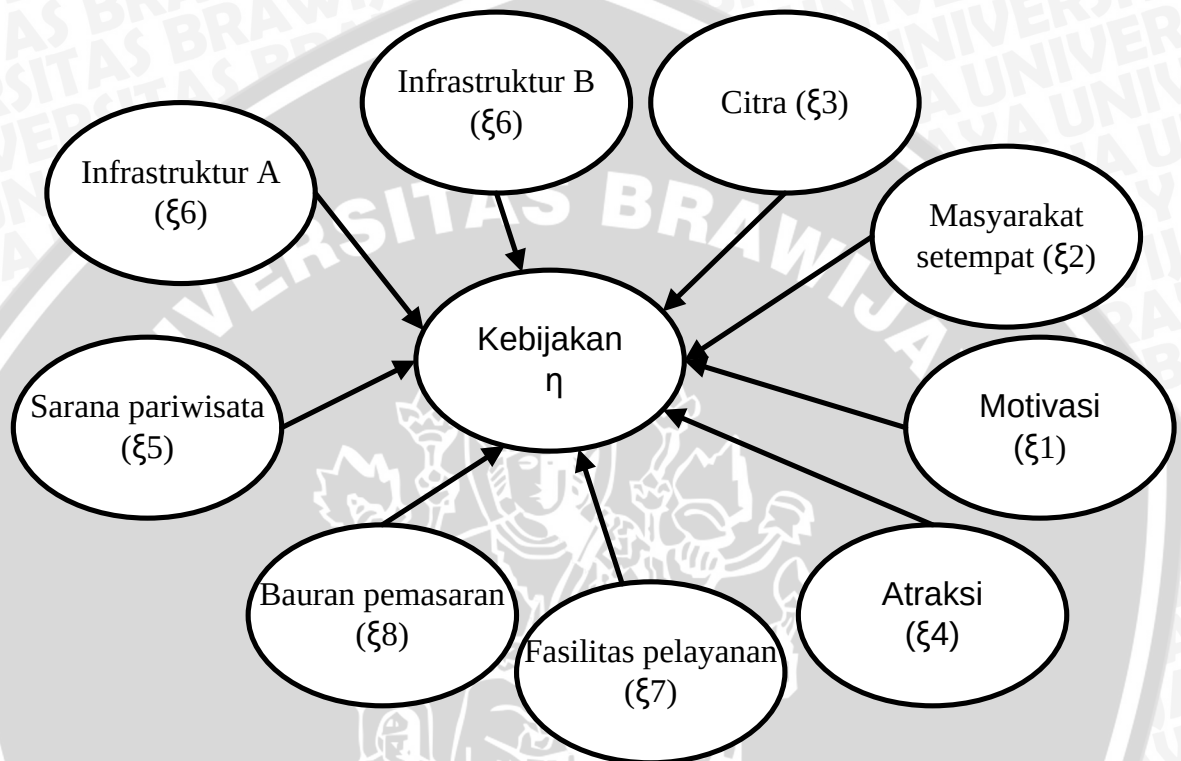
3.6.2 Analisis Evaluatif

Analisis evaluatif yang digunakan, terdiri dari:

a. Analisis *Structural Equation Modeling*

Analisis SEM dapat dilakukan tiga macam kegiatan yaitu pengecekan validitas dan reliabilitas instrument (berkaitan dengan *factor konfirmatory analysis*), pengujian model hubungan antar variable (berkaitan dengan

analisis jalur) dan kegiatan untuk mendapatkan suatu model yang cocok untuk prediksi (berkaitan dengan analisis regresi atau analisis model struktural).metode estimasi yang dipergunakan yaitu metode *Maximum Likelihood*. Pada penelitian ini gambar susunan konstruk dapat dilihat pada gambar 3.2



Gambar 3.2 Konstruk Variable-Variabel Terkait Kebijakan Pariwisata

Sumber : Hasil Analisa (2012)

Dalam analisis SEM masing-masing variabel laten memiliki variabel teramati atau yang biasa disebut dengan indikator. Indikator yang digunakan dalam analisis SEM dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.5 Indikator Variabel Laten

Tipe	Endogen	Indikator	Eksogen	Indikator
1	Kebijakan η	Efektifitas (Y1) Efisiensi (Y2) Kecukupan (Y3) Pemerataan (Y4) Responsivitas (Y5) Ketepatan (Y6)	Motivasi (ξ1) Atraksi (ξ4)	Motivasi fisik (X1) Motivasi budaya (X2) Motivasi sosial (X3) Motivasi fantasi (X4) Keindahan alam (X9) Cuaca/iklim (X10) Kebudayaan (X11) Keamanan (X12) Sumber daya manusia (X3)
2	Kebijakan	Efektifitas (Y1) Efisiensi (Y2)	Fasilitas	Fasilitas utama (X24) Fasilitas penunjang (X25)

Type	Endogen	Indikator	Eksogen	Indikator
	η	Kecukupan (Y3) Pemerataan (Y4) Responsivitas (Y5) Ketepatan (Y6)	pelayanan ξ_7 Bauran pemasaran ξ_8	Fasilitas pelayanan wisata (X26) Fasilitas pengelolaan (27) Fasilitas pelengkap (28) Produk (X29) Harga (X30) Tempat (X31) Promosi (X32)
3	Kebijakan η	Efektifitas (Y1) Efisiensi (Y2) Kecukupan (Y3) Pemerataan (Y4) Responsivitas (Y5) Ketepatan (Y6)	Sarana pariwisata ξ_5 Infrastruktur ξ_6	Sarana pokok kepariwisataan (X14) Sarana pelengkap (X15) Sarana penunjang (X16) Pengangkutan (X17) Biaya perjalanan (X18) Infrastruktur komunikasi (X19)
4	Kebijakan η	Efektifitas (Y1) Efisiensi (Y2) Kecukupan (Y3) Pemerataan (Y4) Responsivitas (Y5) Ketepatan (Y6)	Masyarakat setempat ξ_2 Citra ξ_3 Infrastruktur ξ_6	Kelompok utilitas (X20) Karakteristik masyarakat (X5) Budaya masyarakat (X6) Pengalaman sebelumnya (X7) Sumber informasi (X8) Pelayanan kesehatan (X21) Keamanan dan keramahan (X22) Petugas yang melayani (X23)

Sumber : Hasil Analisis (2012)

b. Analisis Kebijakan

Analisis kebijakan dilakukan dengan cara membandingkan kondisi obyek wisata yang ada di lapangan dengan dokumen perencanaan terkait pariwisata seperti RIPP Kabupaten Nganjuk dan RTRW Kabupaten Nganjuk. Analisis kebijakan dilakukan dengan mengevaluasi tahapan perencanaan yang terdapat di dalam indikator program pada RIPP Kabupaten Nganjuk berdsarakan teori Gullick dan mengidentifikasi tahapan yang masih belum terlaksana.

3.7 Asumsi dan Limitasi Penelitian

Adanya keterbatasan yang perlu digaris bawahi dan tindakan yang tidak dilakukan pada penelitian ini menyebabkan perlunya melakukan asumsi dan limitasi. Asumsi yang dilakakuan yaitu :

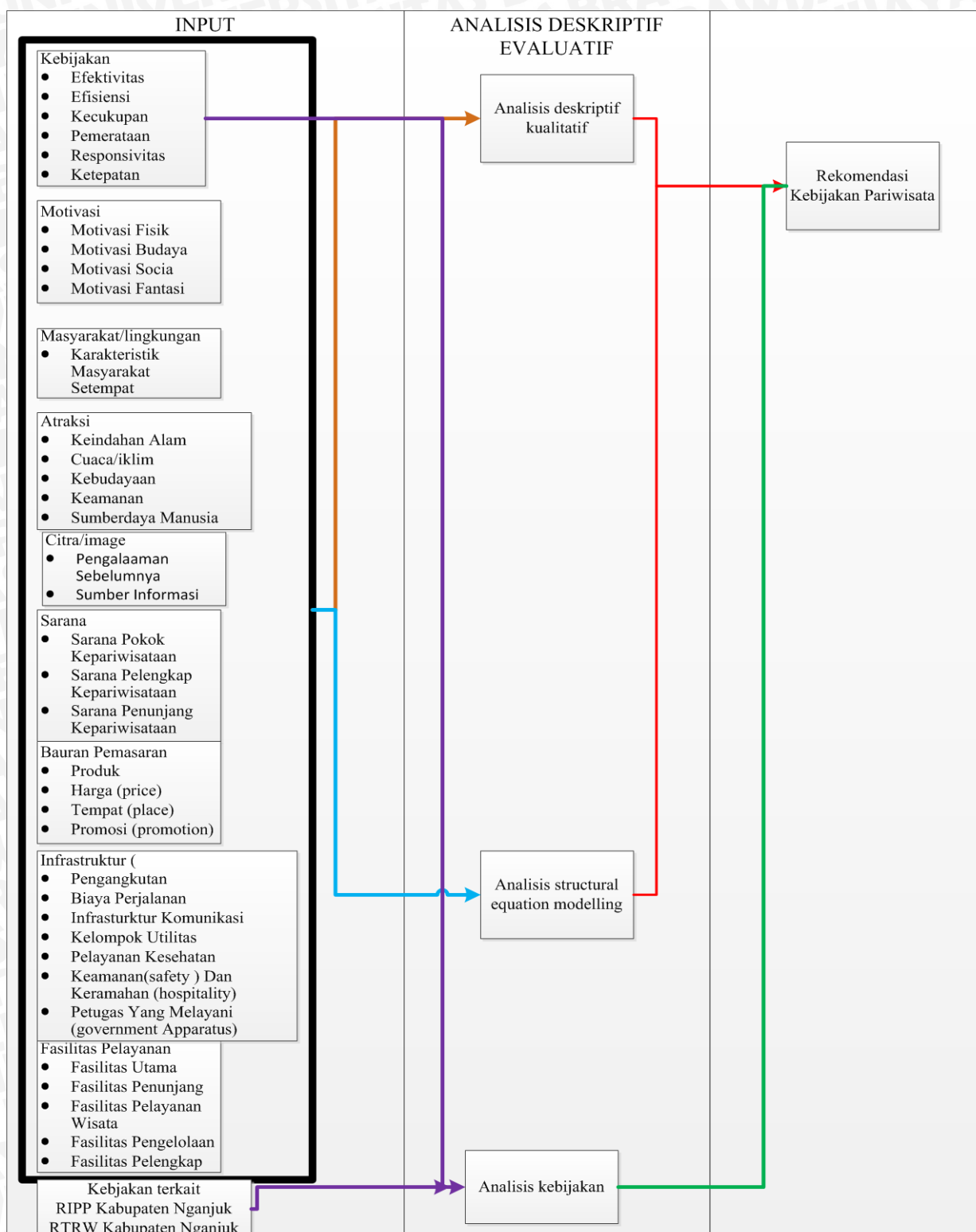
- Pembagian model kedalam 4 tipe model memiliki nilai yang berbeda namun tetap dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah karena tujuan dari analisis hanya untuk mengetahui faktor yang berpengaruh. Asumsinya sama

seperti 1 benda yang dibagi menjadi 4 dan disatukan kembali. Pada akhirnya akan tetap sama bentuknya namun mungkin berbeda nilainya sehingga di akhir besaran nilai diabaikan.

- b. Penggunaan software lain seperti *Amos* tidak bisa menghasilkan nilai yang diestimasi secara sempurna karena jumlah sampel yang dijadikan acuan penelitian adalah metode estimasi *Maximum Likelihood*. Metode ini mensyaratkan minimal 5 responden setiap indikator sehingga berbeda dengan *Amos* yang mensyaratkan lebih dari 200 sampel untuk 8 indikator atau lebih. Namun hasil yang dikeluarkan oleh analisis *Amos* dijadikan sebagai pendukung analisis menggunakan *Lisrel 8.8*.

Sedangkan limitasi yang dilakukan yaitu :

- a. Tidak dilakukan modifikasi model karena ketika diiterasi model yang dihasilkan menjadi lebih buruk nilainya. Selain itu nilai *Goodness of Fit* yang dihasilkan juga lebih kurang baik.
- b. Adanya keterbatasan pada software *Lisrel 8.8* yang hanya menyediakan maksimum 15 variabel sehingga model harus dibagi menjadi 4 model dimana total 38 variabel dipergunakan semua. Pembagian tersebut berdasarkan kesamaan tinjauan teori dari penelitian sebelumnya.



Gambar 3. 3 Kerangka Analisis

3.8 Desain Survei

Tujuan	Variable	Sub variabel	Data yang diperlukan	Sumber data	Instansi	Cara pengumpulan data	Metode analisis data	Output
Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk	Kebijakan	• Efektivitas • Efisiensi • Kecukupan • Pemerataan • Responsivitas • Ketepatan	Tingkat kepuasan masyarakat terhadap kebijakan pariwisata	Data primer : kuisioner dan wawancara	• Dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Nganjuk • Bappeda kabupaten Nganjuk	Survey primer : kuisioner dan wawancara	• Analisis deskriptif karakteristik kebijakan pariwisata	Karakteristik faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk meningkatkan pendapatan asli daerah
	Motivasi	• Motivasi fisik • Motivasi budaya • Motivasi sosial • Motivasi fantasi	Tingkat ketercapaian motivasi wisatawan	Data sekunder : • RIPP Kabupaten Nganjuk • RTRW Kabupaten Nganjuk • RPJM Kabupaten Nganjuk		Survey sekunder : • RIPP Kabupaten Nganjuk • RTRW Kabupaten Nganjuk • RPJM Kabupaten Nganjuk	• Analisis Structural Equation Modelling	
	Masyarakat/Lingkungan	• Karakteristik masyarakat setempat	Persepsi wisatawan terhadap keramahan masyarakat lokal					
	Atraksi	• Keindahan alam • Cuaca/iklim • Kebudayaan • Keamanan • Sumberdaya manusia	Tingkat ketertarikan wisatawan terhadap atraksi					
	Citra/image	• Pengalaman sebelumnya • Sumber informasi	Persepsi wisatawan terhadap image tempat wisata					
	Sarana	• Sarana pokok	Tingkat					

Tujuan	Variable	Sub variabel	Data yang diperlukan	Sumber data	Instansi	Cara pengumpulan data	Metode analisis data	Output
		kepariwisataan	keputusan masyarakat terhadap ketersediaan sarana					
		• Sarana pelengkap kepariwisataan						
		• Sarana penunjang kepariwisataan						
	Infrastruktur	• Ekonomi	Tingkat keputusan masyarakat terhadap ketersediaan infrastruktur					
		✓ Pengangkutan						
		✓ Biaya perjalanan						
		✓ Infrastruktur Komunikasi						
		✓ Kelompok utilitas						
		• Social						
		✓ Pelayanan kesehatan						
		✓ Keamanan (<i>safety</i>) dan keramahan (<i>hospitality</i>)						
		✓ Petugas yang melayani (<i>government apparatus</i>)						
	Fasilitas pelayanan	• Fasilitas utama	Tingkat keputusan masyarakat terhadap ketersediaan					
		• Fasilitas penunjang						
		• Fasilitas pelayanan						

Tujuan	Variable	Sub variabel	Data yang diperlukan	Sumber data	Instansi	Cara pengumpulan data	Metode analisis data	Output
		wisata • Fasilitas Pengelolaan • Fasilitas Ppelengkap • Produk (product) • Harga (price) • Tempat (place) • Promosi (promotion)	fasilitas Persepsi wisatawan terhadap produk, harga, tempat dan promosi wisata -					
Menganalisis keterkaitan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk	Karakteristik faktor-faktor yang berpengaruh	Faktor- faktor yang berpengaruh	-	Hasil survey primer	-	-	Analisis Structural Equation Modelling	Karakteristik faktor-faktor yang berpengaruh dan keterkaitan anatar factor yang berpengaruh. Rekomendasi terkait kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk
Memberikan rekomendasi terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk	Karakteristik faktor-faktor yang berpengaruh dan keterkaitan anatar faktor yang berpengaruh.	• Faktor –Faktor Yang Berpengaruh • Faktor- Factor Yang Terkait • Kebijakan Terkait	-	Hasil survey primer Kebijakan terkait	-	-		

Sumber: Hasil Analisis (2012)



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Wilayah Studi

4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Nganjuk

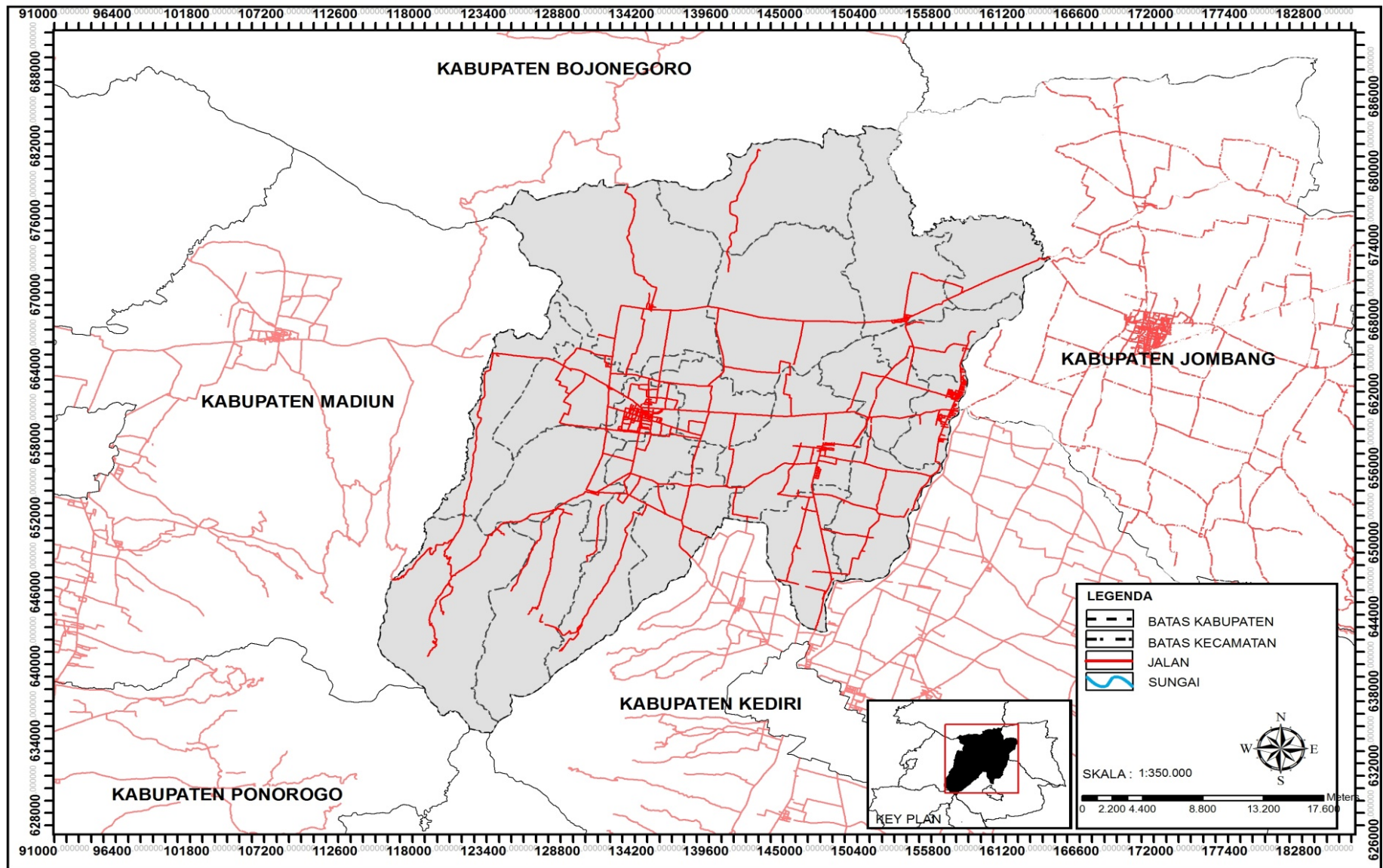
Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Timur yang terletak di bagian barat dari wilayah Propinsi Jawa Timur pada koordinat $111^{\circ} 5' - 112^{\circ} 13'$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 20' - 7^{\circ} 50'$ Lintang Selatan.

Luas wilayah administratif Kabupaten Nganjuk adalah 1.224,331 Km² dengan batas-batas wilayah :

Sebelah Utara	: Kabupaten Bojonegoro,
Sebelah Selatan	: Kabupaten Kediri dan Kabupaten Tulungagung,
Sebelah Timur	: Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri,
Sebelah Barat	: Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Madiun.

Kondisi geografis Nganjuk merupakan dataran rendah dan pegunungan, Kabupaten Nganjuk memiliki kondisi dan struktur tanah yang produktif untuk dikembangkan sebagai kawasan pertanian karena kondisi tanahnya cocok dengan berbagai jenis tanaman, baik tanaman pangan maupun tanaman perkebunan sehingga sangat menunjang pertumbuhan ekonomi dibidang pertanian.

Topografi Kabupaten Nganjuk meliputi, sebelah barat daya merupakan daerah pegunungan (Gunung Wilis) dengan ketinggian 1.000 sampai dengan 2.300 m DPL, potensial untuk tanaman perkebunan dan hortikultura. Bagian tengah merupakan dataran rendah dengan ketinggian 60-140 m DPL, merupakan daerah pertanian tanaman pangan dan hortikultura. Bagian utara merupakan daerah pegunungan (Pegunungan Kendeng) dengan ketinggian 60-300 m DPL, yang merupakan daerah hutan jati, lahan potensial untuk tanaman tembakau dan bahan galian kapur. Sebagian besar kecamatan berada pada dataran rendah dengan sedangkan 4 (empat) kecamatan berada pada daerah pegunungan dengan ketinggian 150 meter sampai 750 meter di atas permukaan laut. Daerah tertinggi terletak di Desa Ngliman Kecamatan Sawahan.



Gambar 4.1 Peta Administrasi

4.1.2 Gambaran Umum Pariwisata Kabupaten Nganjuk

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi wisata alam yang cukup besar. Hal tersebut memberikan peluang pada sektor pariwisata untuk menyumbang pendapatan pada daerah. Selain wisata alam Kabupaten Nganjuk juga memiliki potensi wisata buatan yang cukup banyak juga. Pariwisata di Kabupaten Nganjuk dikelompokkan berdasarkan tema dan kedekatan wilayah. Kawasan Pengembangan Pariwisata (KPP) Kabupaten Nganjuk terbagi menjadi 3 jenis tema. KPP yang terdapat di Kabupaten Nganjuk dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Kawasan pengembangan pariwisata Kabupaten Nganjuk

Kawasan Pengembangan Pariwisata	Obyek Wisata Unggulan	Obyek Wisata Pendukung
KPP 1 Tema : Wisata Alam Dan Konservasi	1. Air Terjun Sedudo 2. Kawasan Wisata Roro Kuning 3. Agrowisata Ganter 4. Air Terjun Watu Lumbung	1. Candi Ngetos 2. Makam Hargojali 3. Museum/Pesanggrahan Pangsar Sudirman 4. Pura Kerta Buana 5. Air Terjun Singokromo 6. Makam Kyai Ageng Ngliman 7. Air Terjun Pacoban Ngunut, Pacoban Coban, Pacoban Lawe Dan Puncak Limas 8. Waduk Oro-Oro Ombo
KPP 2 Tema : Wisata Buatan, Rekreasi Dan Belanja	1. Taman Rekreasi Anjuk Ladang 2. Museum Anjuk Ladang 3. Masjid Al Mubarak Dan Makam Kanjeng Djimat	1. Candi Lor 2. Makam Syech Sulukhi 3. Museum Dan Monumen Dr Soetomo 4. Makam Sentono Kocek 5. Padepokan Langen Tayub 6. Kelenteng Sukomoro 7. Waduk Sumber Suko 8. Makam Nduro 9. Sentra Pengembangan Agrobisnis 10. Sentra Shuttlecock 11. Sentra Mebel 12. Waduk Kulak Secang
KPP 3 Tema : Wisata Alam Dan Budaya	1. Gua Margo Tresno 2. Makam Kyai Ageng Keniten	1. Waduk Sumber Agung 2. Waduk Sumber Kepuh 3. Waduk Logawe 4. Waduk Perning 5. Makam Perdikan 6. Petilasan Kadipaten Posono

Sumber : RIPP Kabupaten Nganjuk 2007-2027

Berdasarkan pembagian kawasan tersebut lokasi penelitian berada pada KPP 1 yaitu Air Terjun Sedudo, Air Merambat Roro Kuning dan Air Terjun Singokromo. Ketiga lokasi wisata tersebut merupakan obyek wisata unggulan di

Kabupaten Nganjuk. Oleh karena itu ketiga obyek wisata tersebut merupakan sumber pendapatan daerah dari sektor pariwisata yang cukup besar.

A. Air Terjun Sedudo

Salah satu obyek pariwisata yang paling diminati di Kabupaten Nganjuk yaitu Air Terjun Sedudo. Sedudo merupakan air terjun dan obyek wisata yang berlokasi Desa Ngliman Kecamatan Sawahan, Kabupaten Nganjuk, sekitar 30 km arah selatan ibukota Kabupaten Nganjuk. Air terjun Sedudo berada pada ketinggian 1.438 meter dari permukaan laut dan memiliki ketinggian air sekitar 105 meter.



Gambar 4. 2 Air Terjun Sedudo

Air terjun Sedudo sudah memiliki fasilitas yang cukup baik, dan jalur transportasi yang mudah diakses. Fasilitas yang dapat ditemui seperti toko cinderamata, toilet, mushola, rumah makan, dan area parkir. Aksesibilitas untuk menuju ke obyek wisata sudah baik dibuktikan dengan adanya rambu dan penunjuk jalan ke lokasi. Selain itu beberapa ruas jalan yang digunakan juga sudah diberi pagar pembatas.

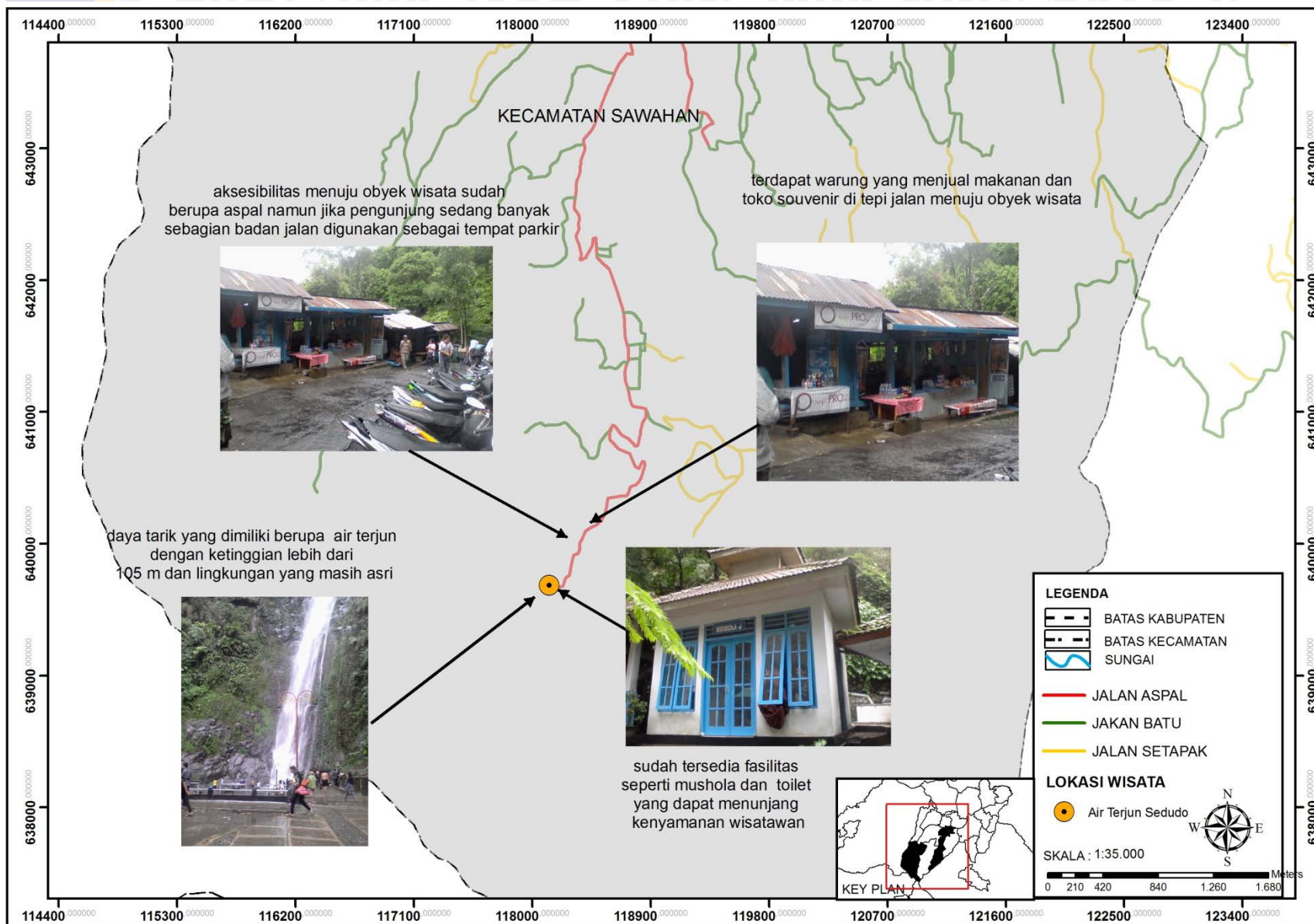


Gambar 4. 3 Toko Souvenir

Daya tarik yang terdapat pada Sedudo antara lain adanya mitos bahwa air terjun ini memiliki kekuatan untuk menyembuhkan penyakit sehingga masih ada beberapa wisatawan yang berkunjung untuk mandi dengan harapan dapat menyembhan penyakitnya. Air Terjun Sedudo ramai dikunjungi pada bulan Suro karena terdapat upacara adat yaitu ritual Mandi Sedudo. Warga Nganjuk percaya bahwa bulan Suro adalah bulan yang dapat membawa berkah dan bisa menjadikan awet muda. Selain adanya ritual mandi yang dikenal dengan ritual Mandi Sedudo, air terjun ini juga digunakan sebagai tempat untuk upacara memandiakn arca dalam ritual Parna Prahista dan digunakan sebagai tempat untuk penyelenggaraan upacara wisuda waranggana.



Gambar 4. 4 Kondisi Jalan dan Area Parkir Lokasi Air Terjun Sedudo



Gambar 4.5 Foto Mapping Air Terjun Sedudo

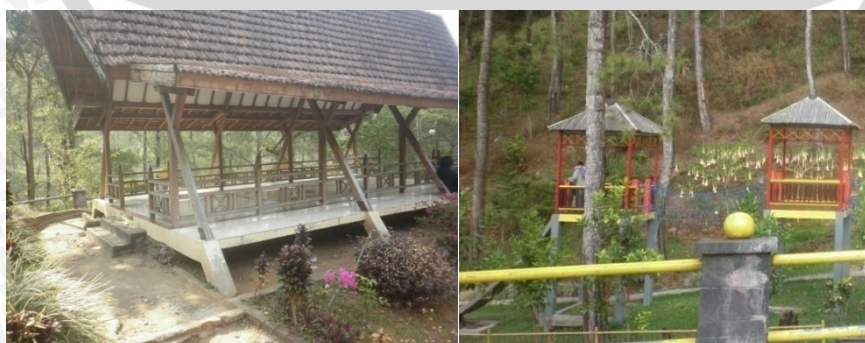
B. Air Merambat Roro Kuning

Air Merambat Roro Kuning berlokasi di Desa Bajulan, Kecamatan Loceret. Roro Kuning berada sekitar 27-30 km selatan kota Nganjuk dengan wilayah yang berada di ketinggian 600 m dpl dan memiliki tinggi antara 10-15 m. Air Merambat ini mengalir dari tiga sumber di sekitar Gunung Wilis yang mengalir secara berkelok-kelok di sela-sela bebatuan padas di bawah pepohonan hutan pinus. Ketiga sumber aliran tersebut membentuk trisula di ujungnya. Oleh karena itu masyarakat menyebut sebagai air merambat. Selain itu karena aliran air yang indah dan proses mengalirnya yang merambat. Nama Roro Kuning ini berasal dari Ruting dan Roro Kuning, dua putri raja yang berasal dari kerajaan Kadiri dan kerajaan Dhoho yang berkuasa sekitar abad ke 11-12 M. Nama asli Ruting adalah Dewi Kilisuci, sedangkan nama asli Roro Kuning adalah Dewi Sekartaji.



Gambar 4. 6 Obyek Wisata Air Merambat Roro Kuning dan salah satu sumbernya

Obyek wisata Roro Kuning sudah memiliki fasilitas yang terbilang cukup baik. Hal tersebut ditandai dengan adanya warung makan, tempat istirahat, sarana olahraga, toilet dan took cinderamata. Fasilitas tersebut juga ditunjang dengan adanya taman bermain anak.



Gambar 4. 7 Tempat Istirahat dan Area Bermain Anak

Selain keindahan alam, air terjun Roro Kuning juga menjadi obyek wisata sejarah. Di sekitar lokasi ini terdapat monumen perjuangan Panglima Besar Jenderal Sudirman yang dibangun untuk mengenang perjuangan Jenderal Sudirman saat memimpin perang gerilya melawan Belanda pada tahun 1949.



Gambar 4. 8 Monumen Jenderal Sudirman

Selain monumen, di tempat ini juga terdapat sebuah rumah sangat sederhana yang pada masa perjuangan dahulu sempat ditempati Panglima Besar Sudirman selama satu minggu. Selain menikmati keindahan alam pengunjung air terjun Roro Kuning juga bisa sekaligus mengenang perjuangan Panglima Besar Sudirman melalui bekas rumah tinggal yang dulu ditempati.

Aksesibilitas menuju obyek wisata sudah terbilang baik karena sudah dilengkapi dengan rambu-rabu penunjuk jalan. Selain itu kondisi jalannya sudah diaspal.



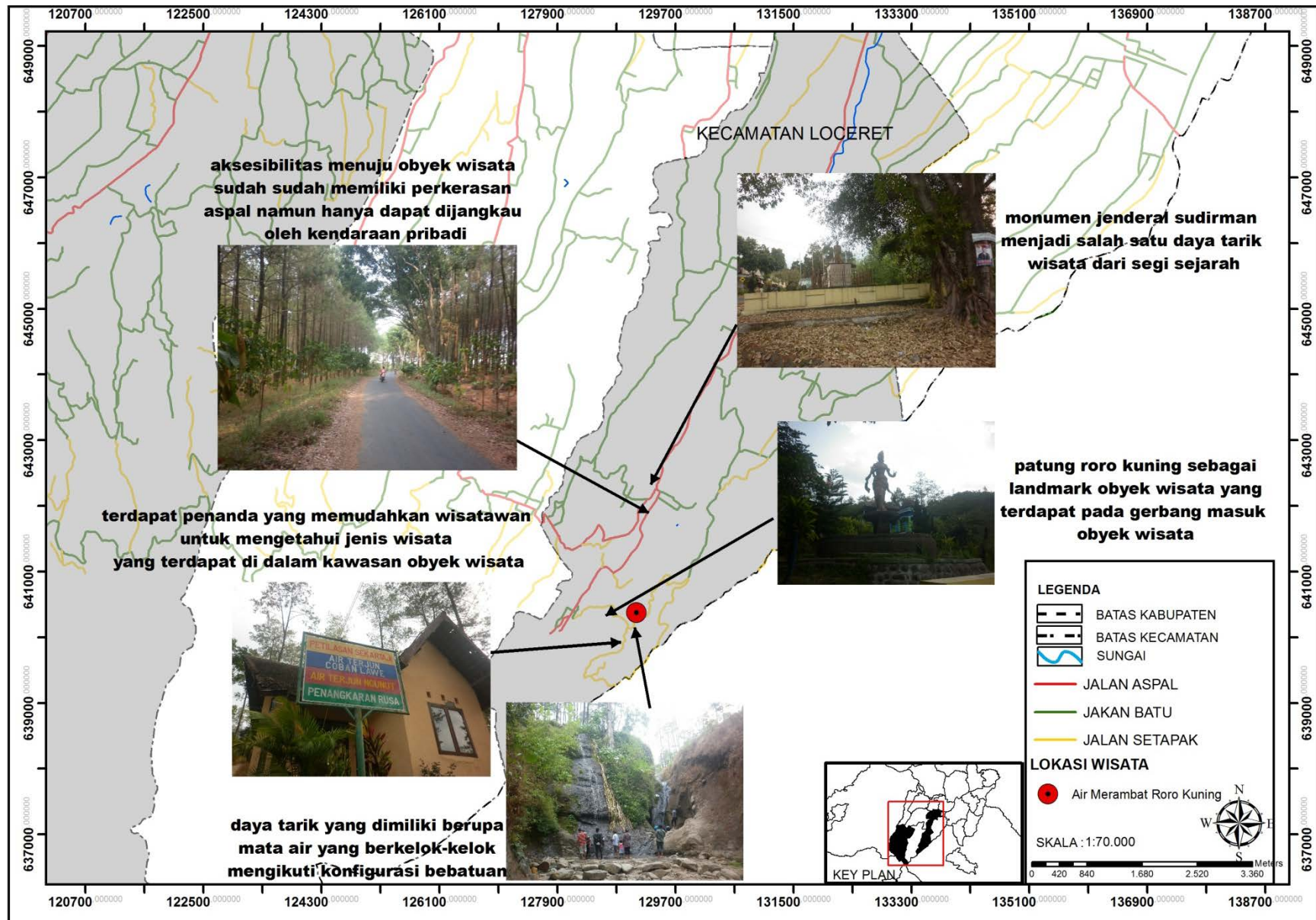
Gambar 4. 9 Kondisi Jalan menuju dan di dalam Lokasi Wisata Roro Kuning

Obyek wisata roro kuning juga menyediakan beberapa jenis wisata seperti Air Terjun Coban Lawe, Air Terjun Ngunut, Petilasan Sekartaji dan Penangkaran Rusa. Obyek wisata tersebut juga dekat dengan bumi perkemahan.



Gambar 4. 10 Penanda Jenis Wisata dan Patung Roro Kuning





Gambar 4. 11 Foto Mapping Air Merambat Roro Kuning

C. Air Terjun Singokromo

Air Terjun Singokromo berada di Desa Ngliman, Kecamatan Sawahan/P.25 B KPH Gedang Kluthuk. Daya tarik yang dimiliki oleh obyek wisata ini adalah pemandangan air terjun yang masih alami dan potensial untuk dikembangkan, seperti Sedepok, Air terjun Segunting, Sumber Cagah dan situs condrogeni serta pertapaan Sedepok. Selain itu kondisi lingkungan juga masih asri dan memiliki udara yang sejuk namun jalan yang dimiliki masih berupa jalan setapak berupa tanah.



Gambar 4. 12 Kondisi Jalan menuju dan di dalam Lokasi Wisata Air Terjun Singokromo

Air Terjun Singokromo dapat dicapai 45 menit dari Kota Nganjuk. Aksesibilitas yang ada di obyek wisata terbilang kurang baik karena kondisi jalan yang mempersulit akses menuju lokasi meskipun terdapat marka atau rambu-rambu petunjuk arah. Air Terjun Singokromo merupakan ODTW yang berada dalam satu kawasan ODTW Air Terjun Sedudo.

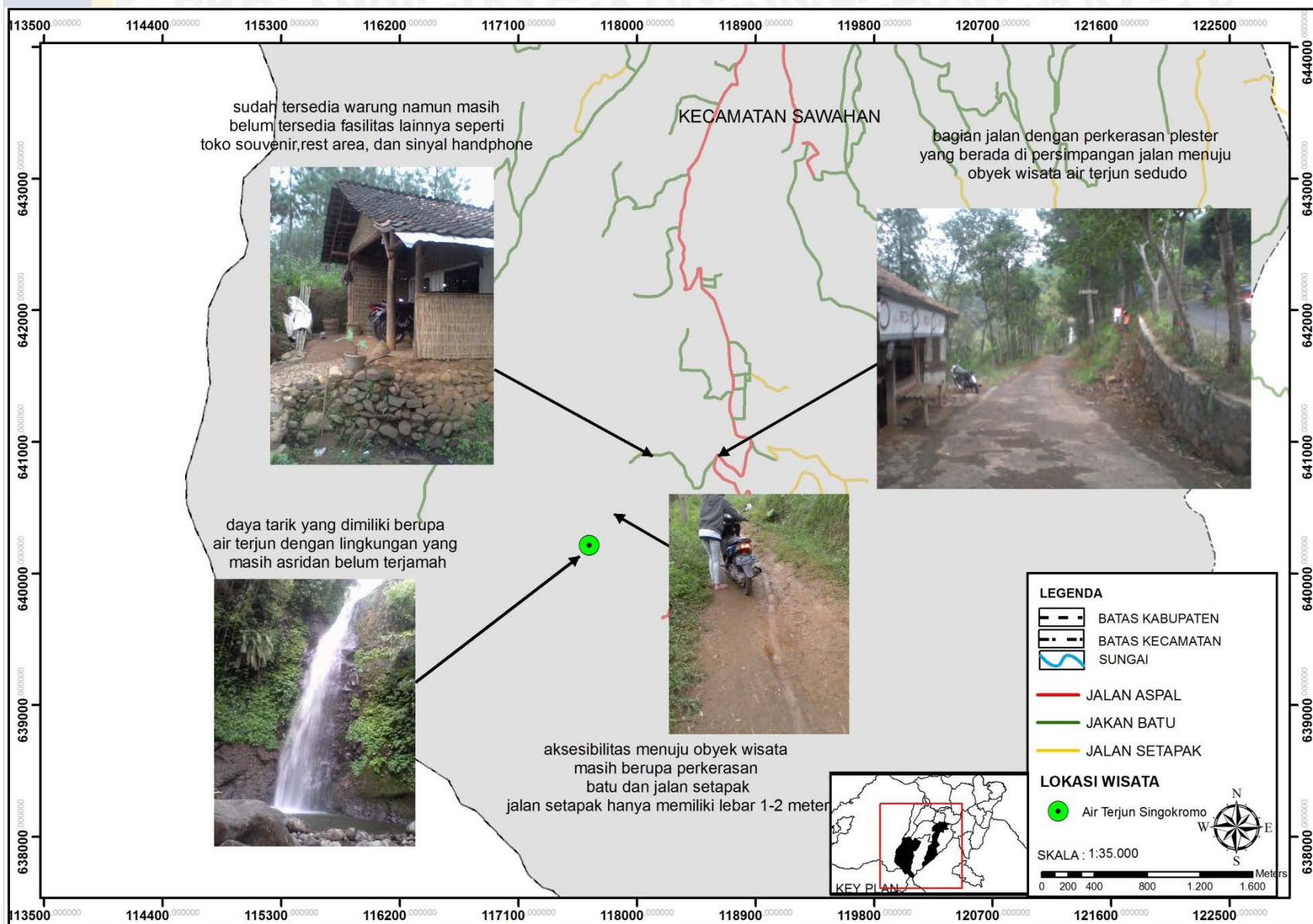


Gambar 4. 13 Rambu penunjuk Arah dan Kondisi Jalan menuju Air Terjun Singokromo

Kondisi jalan yang mempersulit akses menuju lokasi objek perlu segera diperbaiki dan perlunya pengadaan fasilitas penunjang seperti toilet, mushola, dan lain-lain karena hanya ada satu warung makan yang terdapat di obyek wisata Air Terjun Singokromo. Obyek wisata Air Terjun

Singokromo baru dibuka tahun 2007 (obyek wisata Air Terjun Singokromo merupakan obyek wisata pengalih bagi obyek wisata Air Terjun Sedudo ketika akses jalan menuju obyek wisata Air Terjun Sedudo tertimbun longsor).





Gambar 4.14 Foto Mapping Air Terjun Singokromo

Tabel 4.2 Kondisi obyek wisata kawaasan pengembangan pariwisata 1

Informasi Umum		Lokasi ODTW		
Nama Obyek		Air Terjun Sedudo	Air Merambat Roro Kuning	Air Terjun Singokromo
Lokasi		desa ngliman, kecamatan sawahan/p.21 C.KPH. Gedang Kluthuk	Desa Bajulan, Kecamatan Loceret/p.65 K.KPH. Bajulan	Desa Ngliman, Kecamatan Sawahan/P.25 B KPH Gedang Kluthuk
Jenis obyek		wisata alam	wisata alam	wisata alam
Daya tarik		air terjun dengan ketinggian ± 105 meter dan memiliki panorama wisata alam yang menarik	merupakan wisata alam daerah pegunungan (terutama wisata air terjun) yang difasilitasi dengan wisata buatan, seperti kolam renang.	pemandangan air terjun yang masih alami dan potensial untuk dikembangkan, seperti Sedepok, Air terjun Segunting, Sumber Cagah dan situs condrogeni serta pertapaan Sedepok
Keunikan/kelangkaan		ketinggian air terjun yang mencapai 105 m dan adanya kepercayaan masyarakat setempat yang berpendapat bahwa air terjun sedudo dapat mendatangkan berkah (awet muda, mendatangkan pangkat dan kedudukan)	terdapat air terjun yang berkelok-kelok yang mengikuti celah (konfigurasi) bebatuan atau disebut juga sebagai air merambat oleh masyarakat sekitar	memiliki debit air yang cukup deras, banyak batuan besar
Keragaman daya tarik		terdapat prosesi upacara tradisional seperti siraman sedudo dan jamasan pusaka	terdapat penangkaran hewan, yakni rusa dan sungai dengan debit yang cukup deras di sebelah barat lokasi ODTW Roro Kuning	pemandangan alam dan sungai yang menarik
Kondisi lingkungan, penataan ruang dan kemungkinan pengembangan		kondisi lingkungan bersih dan indah namun penataan ruang parkir masih kurang. Hal ini dikarenakan sempitnya lahan yang tersedia ($\pm 300 M^2$).	- Kondisi lingkungan bersih dan terawat - Perlunya penambahan fasilitas penunjang, seperti gazebo, toko cinderamata dan penginapan - Perluasan area parkir dan pelebaran badan jalan menuju obyek di beberapa titik - Perlu dibangunnya pagar pembatas pada jalan setapak sebagai sarana keamanan (terutama bagi anak-anak)	kondisi lingkungan masih asri dan memiliki udara yang sejuk, jalan setapak masih berupa tanah.
Aksesibilitas				
Kualitas jalan menuju obyek		Baik(100 % diaspal)	baik (80 % diaspal)	cukup (sebagian jalan menuju

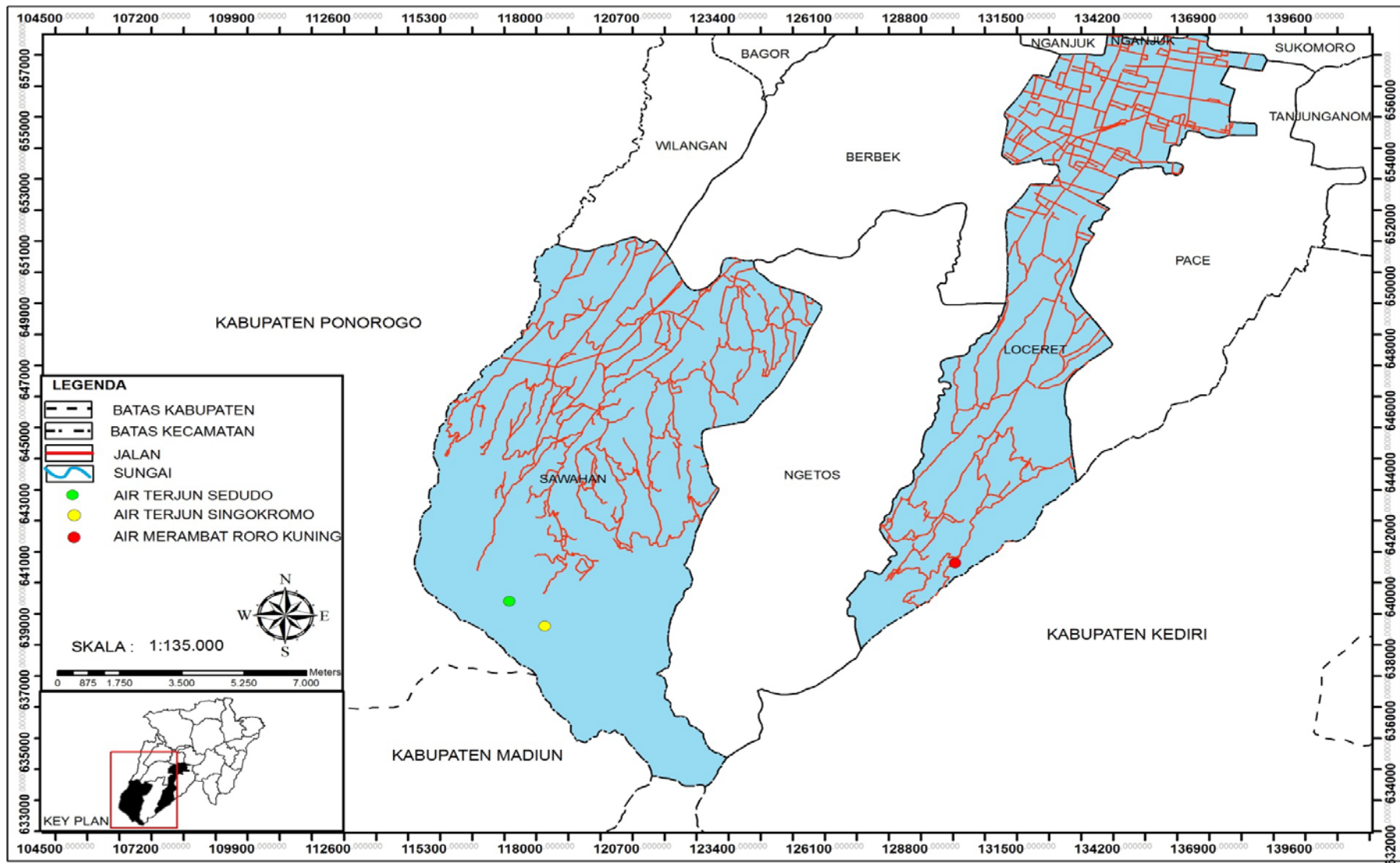
Informasi Umum		Lokasi ODTW	
Nama Obyek	Air Terjun Sedudo	Air Merambat Roro Kuning	Air Terjun Singokromo
Kualitas jalan di dalam obyek	Baik (90% diaspal)	Baik (80 % diaspal)	lokasi sudah di aspal (30%), namun ada juga yang masih berupa tanah(60%)
Kualitas jalan ke obyek lain	Baik (90 % diaspal)	Baik (70 % menggunakan perkerasan plester)	kurang (merupakan jalan setapak yang masih berupa tanah)
Ketersediaan moda transportasi	Kendaraan pribadi	Dapat dijangkau dengan kendaraan pribadi. Untuk kendaraan umum hanya sampai pada pasar Bajulan, kemudian untuk sampai ke lokasi ODTW Roro Kuning dilanjutkan dengan menaiki ojek	cukup (sebagian jalan menuju lokasi sudah di aspal (30%), namun ada juga yang masih berupa tanah)
Kemudahan pencapaian (waktu tempuh dan ketersediaan rambu-rambu petunjuk arah)	Dapat dicapai 1 jam dari Kota Nganjuk. Ketersediaan rambu-rambu petunjuk arah baik.	dapat dicapai 45 menit dari kota nganjuk. Sudah tersedia rambu-rambu petunjuk arah.	kendaraan pribadi dan ojek (bus besar tidak dapat masuk ke dalam ODTW)
Sarana dan prasarana			dapat dicapai 45 menit dari kota nganjuk. Terdapat marka atau rambu-rambu petunjuk arah. Merupakan ODTW yang berada dalam satu kawasan ODTW Air Terjun Sedudo
	Jalan	Ada	Ada
	Warung makan	Ada	Ada
	Kamar mandi	Ada	Belum ada
	Toko cinderamata	Ada	Belum ada
	Listrik	Ada	Belum ada
	Sinyal HP	Ada	Belum ada
	Penginapan/hotel	Ada	Belum ada
	Tempat hiburan	Belum ada	Belum Ada
	Karcis masuk	Ada	Belum ada
Kapasitas yang tersedia			
Aspek pasar	3000 orang	+4000 hingga 5000 orang	± 50 orang
Besarnya jumlah wisatawan yang datang ke obyek	40 orang dalam sehari. Terkadang dalam 1 hari minggu dapat mencapai 400 hingga 500 orang	>500 orang (terutama pada hari Sabtu dan Minggu)	<30 orang per hari (karena baru dibuka tahun 2007 sebagai ODTW pengganti air terjun

Informasi Umum		Lokasi ODTW		
Nama Obyek		Air Terjun Sedudo	Air Merambat Roro Kuning	Air Terjun Singokromo
Skala jangkauan pemasaran		lokal, regional dan nasional	regional	Sedudo, jika akses jalan menuju ODTW air terjun sedudo tertimbun longsor)
Investasi				lokal
Investasi yang telah ada di lokasi obyek		musholla, toilet, jalan, aula, pembangkit listrik mikro hidro (PLTMH) sebesar 3000 watt, camping ground, tempat penjualan souvenir	jalan, gazebo, kolam renang, tempat duduk, penangkaran rusa, pembibitan tanaman, toilet, area parkir, taman, panggung hiburan, tempat pemancingan	tempat duduk
<i>Stakeholder</i> yang berperan dalam investasi		Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Daerah Kabupaten Nganjuk	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk	tempat duduk
<i>Shareholder</i> , yaitu berkaitan dengan struktur bagi hasil dalam pengelolaan objek		Perhutani	Perhutani sebagai pemilik lahan	tidak ada
Kelembagaan				
Pengelolaan objek saat ini		baik	pengelolaan ODTW cukup baik dan mendapatkan perhatian khusus dari pemda setempat dan erupakan salah satu prioritas kawasan ODTW unggulan Kabupaten Nganjuk	ODTW ini baru dibuka tahun 2007 (ODTW Air Terjun Singokromo merupakan ODTW pengalih bagi ODTW Air Terjun Sedudo, jika akses jalan menuju ODTW Air Terjun Sedudo tertimbun longsor)
Ketersediaan struktur lembaga pengelola		dinas pariwisata dan kebudayaan daerah kabupaten nganjuk	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk	Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH)
Permasalahan				
Permasalahan mendasar yang perlu diperhatikan dan perlu segera ditangani		- Penanggulangan longsor di beberapa titik jalan menuju obyek wisata - Perluasan area parkir - Pengaman tepi jalan untuk akses jalan menuju objek wisata - Pelebaran jalan untuk akses jalan menuju objek wisata	perbaikan dan pelebaran aksesibilitas jalan dan jembatan yang tidak dapat dilalui bus besar.	akses jalan menuju lokasi objek perlu segera diperbaiki. Pengadaan fasilitas penunjang seperti toilet, musholla, dan lain-lain.
Permasalahan jangka panjang yang mungkin muncul		jalan longsor	- Kerusakan hutan pinus dan sungai disekitar lokasi ODTW	promosi ODTW Air Terjun Singokromo dalam skala regional

Informasi Umum		Lokasi ODTW	
Nama Obyek	Air Terjun Sedudo	Air Merambat Roro Kuning	Air Terjun Singokromo
		Roro Kuning apabila pengembangan ODTW Roro Kuning tidak memperhatikan aspek lingkungan - Dibutuhkan adanya investasi hotel dan promosi regional/nasional	

Sumber : RIPP Kabupaten Nganjuk dan Hasil analisis 2012





Gambar 4. 15 Peta Aksesibilitas

4.2 Analisis Kebijakan Pariwisata Kabupaten Nganjuk

Analisis yang digunakan untuk menganalisa Kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk didasarkan pada tahapan perencanaan yang dimulai dari pemahaman terhadap kebijakan sampai dengan tahapan implementasi dan evaluasi. Namun karena Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk masih berjalan 2 tahun sehingga tahapan kebijakan yang perlu dianalisis sampai dengan tahap implementasi. Analisis diterapkan pada indikasi program yang direncanakan dan sudah dijalankan. Analisis yang dilakukan dibedakan berdasarkan bidang pada RIPP Kabupaten Nganjuk. Tahapan perencanaan yang dilakukan pada analisis kebijakan akan dijelaskan pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Jenis Tahapan Perencanaan

Jenis perencanaan	Tahapan perencanaan	Keterangan
Implementasi	<i>Organizing</i>	A
	<i>Staffing</i>	B
	<i>Directing</i>	C
	<i>Controlling</i>	D
	<i>Implementing</i>	E
	<i>Evaluating</i>	F

Sumber:Hasil Analisis (2012)

Jenis tahapan perencanaan pada analisis kebijakan digunakan untuk menganalisis indikasi program pada Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Nganjuk. Hasil analisis tersebut akan digunakan sebagai parameter keberhasilan kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk. Berdsarakan hasil analisis maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa pada beberapa indikasi program tertentu terdapat tahapan perencanaan yang belum dilakukan. Tahapan perencanaan yang belum terlaksana pada indikasi program dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Tahapan perencanaan yang belum terlaksana

Indikasi Program	Tahapan yang belum terlaksana	Keterangan	Dampak
Tata Ruang	<i>Evaluating</i> (2f)	Secara keseluruhan sebagian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>evaluating</i> (10%) yang belum dilaksanakan.	• Jika tahapan <i>evaluating</i> tidak dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan kondisi di lapangan.
Produk Wisata	<i>Staffing</i> (2b), <i>Controlling</i> (2d), <i>Implementing</i> (2e), <i>Evaluating</i> (2f)	Secara keseluruhan sebgaiian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>Staffing</i> (10%), <i>controlling</i> (40%), <i>Implementing</i> (20%) dan <i>evaluating</i> (0%) yang belum dilaksanakan.	• Jika tahapan <i>staffing</i> tidak dilakukan maka suatu program tidak akan berjalan dengan baik karena tidak ada sumber daya mausia yang menjalankan program. • Jika program <i>controlling</i> tidak dilakukan maka program yang dijalankan tidak ada yang mengawasi sehingga bisa

Indikasi Program	Tahapan yang belum terlaksana	Keterangan	Dampak
Pengembangan Pasar Dan Prasarana	<i>Evaluating (2f)</i>	Secara keseluruhan sebagian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>evaluating</i> (10%) yang belum dilaksanakan.	berjalan tidak sesuai dengan rencana. • Jika tahap <i>implementing</i> tidak dilaksanakan maka program yang telah direncanakan tidak diterapkan dan tidak mencapai hasil atau fungsi yang diharapkan. • Jika tahapan <i>evaluating</i> tidak dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan fungsi yang diharapkan • Jika tahapan <i>evaluating</i> tidak dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan fungsi yang diharapkan
Investasi	<i>Staffing (2b), Implementing (2e), Evaluating (2f)</i>	Secara keseluruhan sebagian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>Staffing</i> (20%), <i>implementing</i> (10%) dan <i>evaluating</i> (5%) yang belum dilaksanakan.	• Jika tahapan <i>staffing</i> tidak dilakukan maka suatu program tidak akan berjalan dengan baik karena tidak ada sumber daya manusia yang menjalankan program. • Jika tahap <i>implementing</i> tidak dilaksanakan maka program yang telah direncanakan tidak diterapkan dan tidak mencapai hasil atau fungsi yang diharapkan. • Jika tahapan <i>evaluating</i> tidak dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan fungsi yang diharapkan
Pengelolaan Lingkungan	<i>Staffing (2b), Evaluating (2f)</i>	Secara keseluruhan sebagian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>Staffing</i> (10%), dan <i>evaluating</i> (10%) yang belum dilaksanakan.	• Jika tahapan <i>staffing</i> tidak dilakukan maka suatu program tidak akan berjalan dengan baik karena tidak ada sumber daya manusia yang menjalankan program. • Jika tahapan <i>evaluating</i> tidak dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan fungsi yang diharapkan
Kelembagaan	<i>Staffing (2b), Implementing (2e), Evaluating (2f)</i>	Secara keseluruhan sebagian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>Staffing</i> (0%), <i>implementing</i> (20%) dan <i>evaluating</i> (10%) yang belum dilaksanakan.	• Jika tahapan <i>staffing</i> tidak dilakukan maka suatu program tidak akan berjalan dengan baik karena tidak ada sumber daya manusia yang menjalankan program. • Jika tahap <i>implementing</i> tidak dilaksanakan maka program yang telah direncanakan tidak diterapkan dan tidak

Indikasi Program	Tahapan yang belum terlaksana	Keterangan	Dampak
Pengembangan Sumber Daya Manusia	<i>Evaluating</i> (2f)	Secara keseluruhan sebagian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>evaluating</i> (0%) yang belum dilaksanakan.	mencapai hasil atau fungsi yang diharapkan - Jika tahapan <i>evaluating</i> tidak dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan fungsi yang diharapkan - Jika tahapan <i>evaluating</i> belum dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan fungsi yang diharapkan
Pengembangan Sumber Daya Manusia 2	<i>Staffing</i> (2b), <i>Evaluating</i> (2f)	Secara keseluruhan sebagian besar tahapan perencanaan sudah dilaksanakan hanya tahapan <i>Staffing</i> , (10%) dan <i>evaluating</i> (0%) yang belum dilaksanakan.	- Jika tahapan <i>staffing</i> belum dilakukan maka suatu program tidak akan berjalan dengan baik karena tidak ada sumber daya manusia yang menjalankan program. - Jika tahapan <i>evaluating</i> belum dilakukan maka kebijakan yang telah dibuat tidak dapat dikaji kesesuaiannya dengan fungsi yang diharapkan

Sumber : Hasil Analisa 2012

4.3 Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Analisis Structural Equation Modelling menggabungkan antara pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*) dan analisis jalur (*path analysis*). Di dalam analisis SEM dapat dilakukan tiga macam kegiatan yaitu pengecekan validitas dan reliabilitas instrument (berkaitan dengan analisis *factor konfirmatory*), pengujian model hubungan antar variabel (berkaitan dengan analisis jalur) dan kegiatan untuk mendapatkan suatu model yang cocok untuk prediksi (berkaitan dengan analisis regresi atau analisis model struktural). Jenis model yang dilakukan pada analisis SEM yaitu *confirmatory model* dimana analisis dilakuakn dengan menguji model berdasarkan teori yang telah ada sebelumnya. Berdasarkan software yang digunakan yaitu Lisrel 8.8 *student version* yang membatasi maksimal 15 variabel maka analisis SEM dibagi menjadi 4 tipe model. Pembagian tersebut didasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil dari suatu penelitian. Pembagian variabel ke dalam 4 tipe model dapat dilihat pada tabel 4.5 .

Tabel 4.5 Pembagian variabel ke dalam 4 tipe model

Tipe	Endogen	Indikator	Eksogen	Indikator
1	Kebijakan	Efektifitas Efisiensi Kecukupan Pemerataan	Motivasi	Motivasi fisik Motivasi budaya Motivasi sosial Motivasi fantasi

Tipe	Endogen	Indikator	Eksogen	Indikator
		Responsivitas Ketepatan	Atraksi	Keindahan alam Cuaca/iklim Kebudayaan Keamanan Sumber daya manusia
2	Kebijakan	Efektifitas Efisiensi Kecukupan Pemerataan Responsivitas Ketepatan	Fasilitas pelayanan	Fasilitas utama Fasilitas penunjang Fasilitas pelayanan wisata Fasilitas pengelolaan Fasilitas pelengkap
			Bauran pemasaran	Produk Harga Tempat Promosi
3	Kebijakan	Efektifitas Efisiensi Kecukupan Pemerataan Responsivitas Ketepatan	Sarana pariwisata	Sarana pokok kepariwisataan Sarana pelengkap Sarana penunjang
			Infrastruktur A	Pengangkutan Biaya perjalanan Infrastruktur komunikasi Kelompok utilitas
4	Kebijakan	Efektifitas Efisiensi Kecukupan Pemerataan Responsivitas Ketepatan	Masyarakat setempat Citra Infrastruktur B	Karakteristik masyarakat Budaya masyarakat Pengalaman sebelumnya Sumber informasi Pelayanan kesehatan Keamanan dan keramahan Petugas yang melayani

Sumber : Hasil Analisis 2012

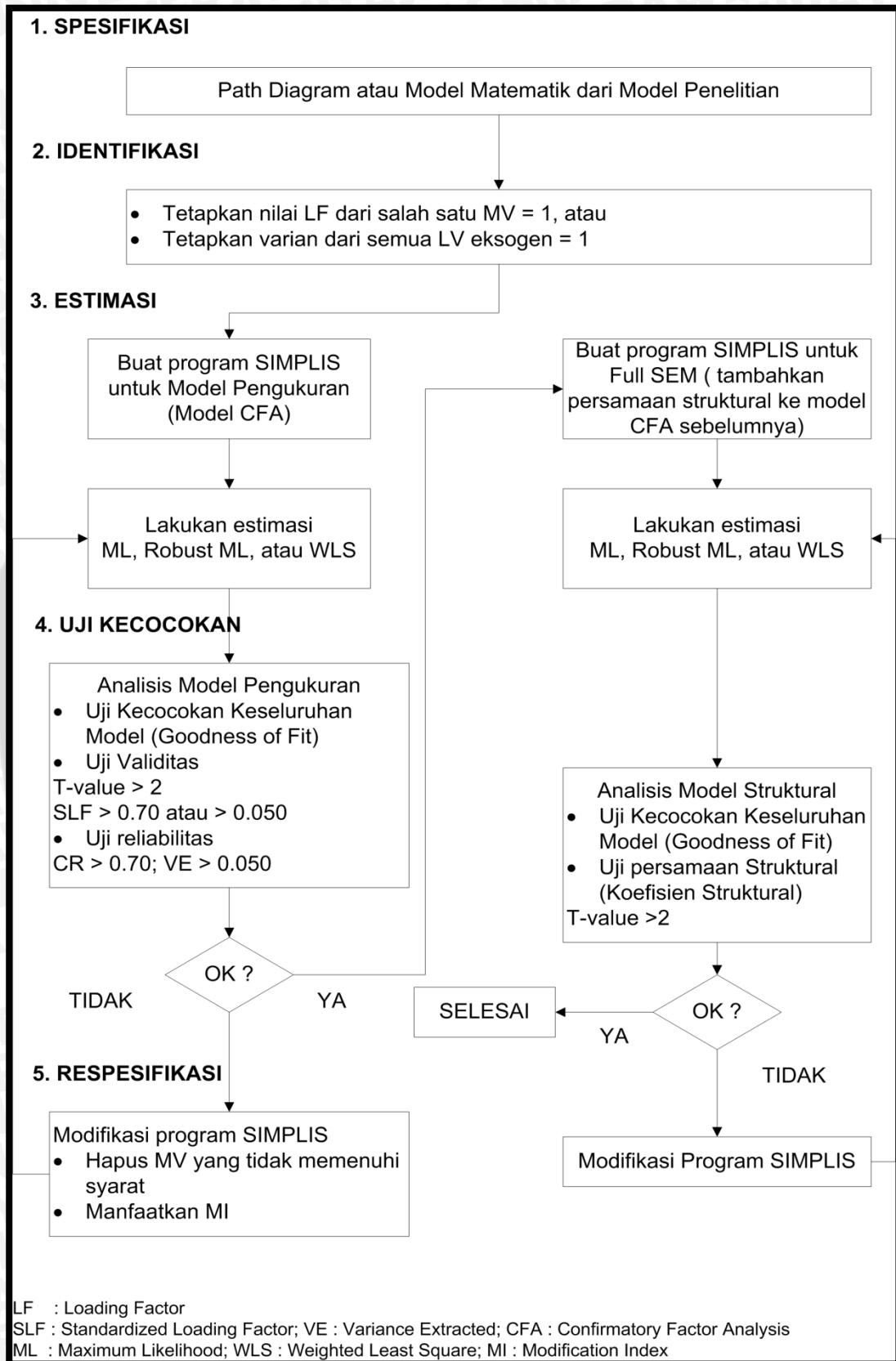
Dalam analisis SEM juga terdapat kriteria penilaian baik tidaknya suatu model yang disebut *Goodness of fit*. Kriteria tersebut memiliki berbagai macam *fit measure* dan fungsi. Jenis kriteria dan fungsinya dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 kriteria *fit measure* dan fungsinya

Ukuran GOF	Fungsi fit measure	Fungsi
ABSOLUTE –FIT MEASURES		
Statistic Chi-square	Menentukan derajat prediksi (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan kovarian	Menguji seberapa dekat kecocokan antara matriks kovarian sampel S dengan matriks kovarian model
Non-centrality parameter (NCP)		Sebagai ukuran badness of fit dimana semakin besar perbedaaa antara dengan ϵ semakin $\epsilon(0)$ besar nilai NCP.
Goodness-of-fit index (GFI)		Sebagai pembanding model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali
Root mean Square residuan (RMR)		Menginterpretasikan rerata residual yang diperoleh dari mencocokkan matriks varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matriks varian-kovarian dari data sampel
Root mean Square error of approximation (RMSEA)		
Expected Cross-		Menilai (dalam sampel tunggal)

Ukuran GOF	Fungsi fit measure	Fungsi
validation-index (ECVI)		likelihood bahwa model divalidasi silang (cross validated) dengan sampel-sampel dengan ukuran yang sama dari populasi yang sama
INCREMENTAL FIT MEASURES		
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	Membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (baseline model) yang biasa disebut dengan null model atau independence model.	Sebagai pembanding model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali namun sudah mempertimbangkan rasio degrees of freedom dari independence model dengan degrees of freedom dari model yang diestimasi
Normed fit index		Sebagai pembanding model rasio degrees of freedom dari independence model dengan degrees of freedom dari model yang diestimasi
Adjusted goodness of fit index (AGFI)		Membandingkan degrees of freedom dari independence model dengan degrees of freedom dari model yang diestimasi
Relative fit index (RFI)		Membandingkan degrees of freedom dari independence model dengan degrees of freedom dari model yang diestimasi
Incremental fit index (IFI)		Membandingkan degrees of freedom dari independence model dengan degrees of freedom dari model yang diestimasi
Comparative fit index		Membandingkan degrees of freedom dari independence model dengan degrees of freedom dari model yang diestimasi
PARSIMONIUS FIT MEASURES		
Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)	Mengaitkan GOF model dengan jumlah parameter yang diestimasi yakni yang diperlukan untuk mencapai kecocokan pada tingkat tersebut	Memodifikasi GFI berdasarkan parsimoni dari model yang dihasilkan
Normed Chi-Square		Menilai kecocokan model dari berbagai macam model
Parsimonious normed fit index (PNFI)		Memperhitungkan banyaknya degrees of freedom untuk mencapai suatu tingkat kecocokan
Akaike information criterion (AIC)		Membandingkan jumlah model dengan konstruk yang berbeda
Consistent akaike information criterion (CAIC)		Membandingkan jumlah model dengan konstruk yang berbeda dengan memperhatikan jumlah sampel yang digunakan
OTHERS GOFI		
Critical "N" (CN)	Mengestimasi ukuran sampel yang mencukupi untuk menghasilkan kecocokan model	Mengestimasi ukuran sampel yang mencukupi untuk menghasilkan kecocokan model

Dalam analisis SEM terdapat 4 prosedur yang harus dijalankan. Skema SEM dapat dilihat pada gambar 4.16.



Gambar 4.16 Skema SEM

4.3.1 Analisis SEM Tipe 1

Analisis SEM tipe 1 menggunakan jumlah sampel sebanyak 190 responden dan menggunakan metode estimasi *Maximum Likelihood*. Variabel yang digunakan pada analisis SEM tipe 1 adalah Kebijakan, Motivasi dan Atraksi. Rincian jenis variabel dan indikator yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.7.

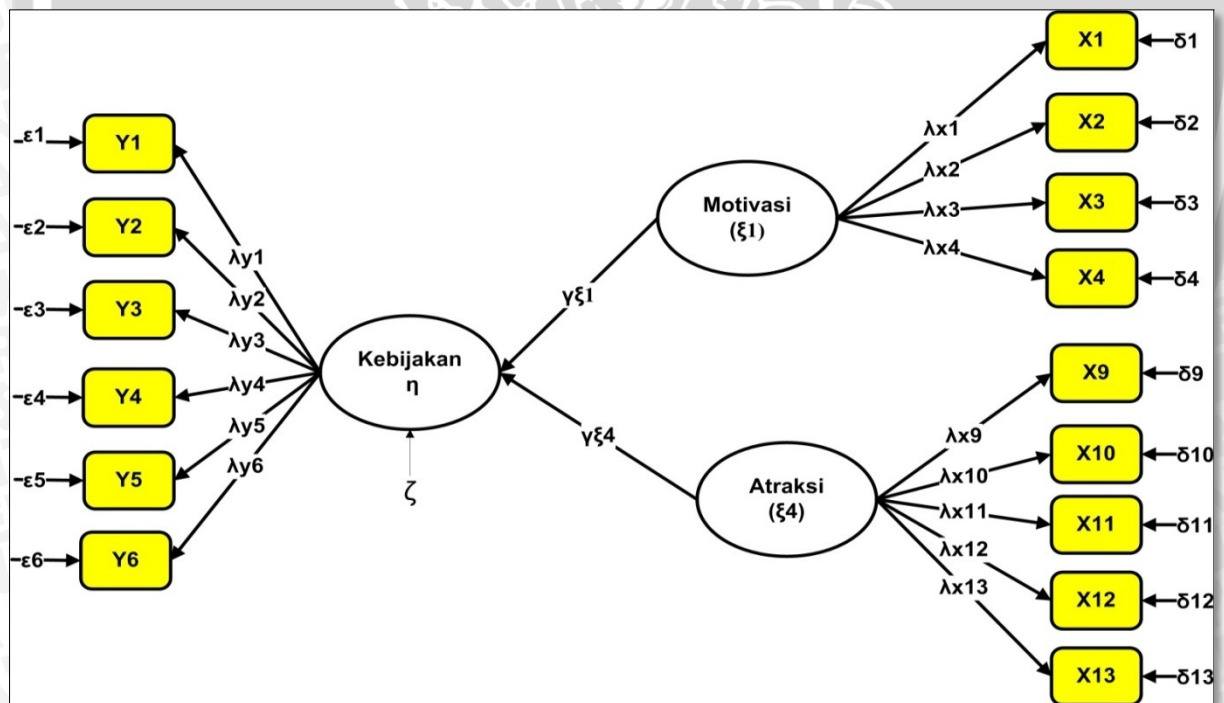
Tabel 4.7 Pembagian Variabel Dalam Model SEM Tipe 1

Endogen	Simbol	Indikator	Simbol	Eksogen	Simbol	Indikator	Simbol
Kebijakan	η (eta)	Efektifitas	Y1	Motivasi	ξ_1	Motivasi fisik	X1
		Efisiensi	Y2			Motivasi budaya	X2
		Kecukupan	Y3			Motivasi sosial	X3
		Pemerantaan	Y4			Motivasi fantasi	X4
		Responsivitas	Y5	Atraksi	ξ_4	Keindahan alam	X9
		Ketepatan	Y6			Cuaca/iklim	X10
						Kebudayaan	X11
						Keamanan	X12
						Sumber daya manusia	X13

Sumber : Hasil Analisis 2012

A. Spesifikasi Model

Model awal yang dihasilkan pada tipe 1 dapat dilihat pada gambar 4.17.



Gambar 4.17 Model SEM Tipe 1

Berdasarkan model SEM tipe 1 tersebut dapat dihasilkan 2 persamaan yaitu persamaan model pengukuran dan persamaan model struktural.

➤ Model pengukuran

$$Y1 = \lambda_{y1} \cdot \eta + \epsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{y2}.\eta + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{y3}.\eta + \varepsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{y4}.\eta + \varepsilon_4$$

$$Y_5 = \lambda_{y5}.\eta + \varepsilon_5$$

$$Y_6 = \lambda_{y6}.\eta + \varepsilon_6$$

$$X_1 = \lambda_{x1}.\xi_1 + \delta_1$$

$$X_2 = \lambda_{x2}.\xi_1 + \delta_2$$

$$X_3 = \lambda_{x3}.\xi_1 + \delta_3$$

$$X_4 = \lambda_{x4}.\xi_1 + \delta_4$$

$$X_9 = \lambda_{x9}.\xi_2 + \delta_9$$

$$X_{10} = \lambda_{x10}.\xi_2 + \delta_{10}$$

$$X_{11} = \lambda_{x11}.\xi_2 + \delta_{11}$$

$$X_{12} = \lambda_{x12}.\xi_2 + \delta_{12}$$

$$X_{13} = \lambda_{x13}.\xi_2 + \delta_{13}$$

➤ Model struktural

$$\eta = \gamma_{\xi1}.\xi_1 + \gamma_{\xi2}.\xi_2 + \zeta$$

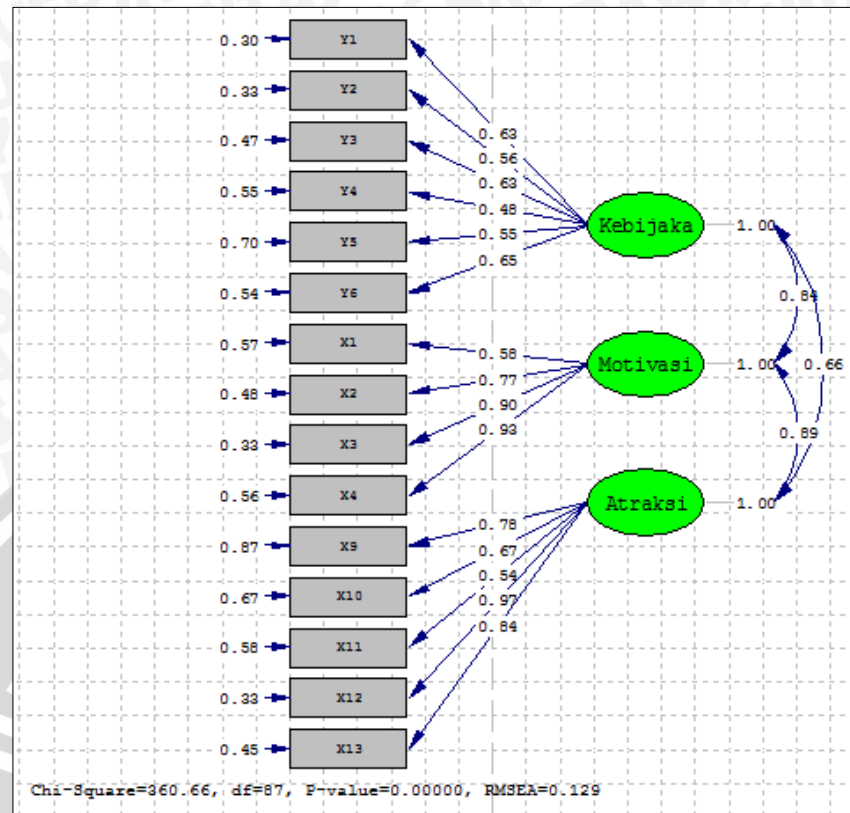
B. Identifikasi Model

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa *degree of freedom* dari model SEM tipe 1 adalah 87. Hal ini mengindikasikan bahwa model SEM tipe 1 termasuk dalam kategori *Over Identified Model* yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil daripada jumlah data yang diketahui.

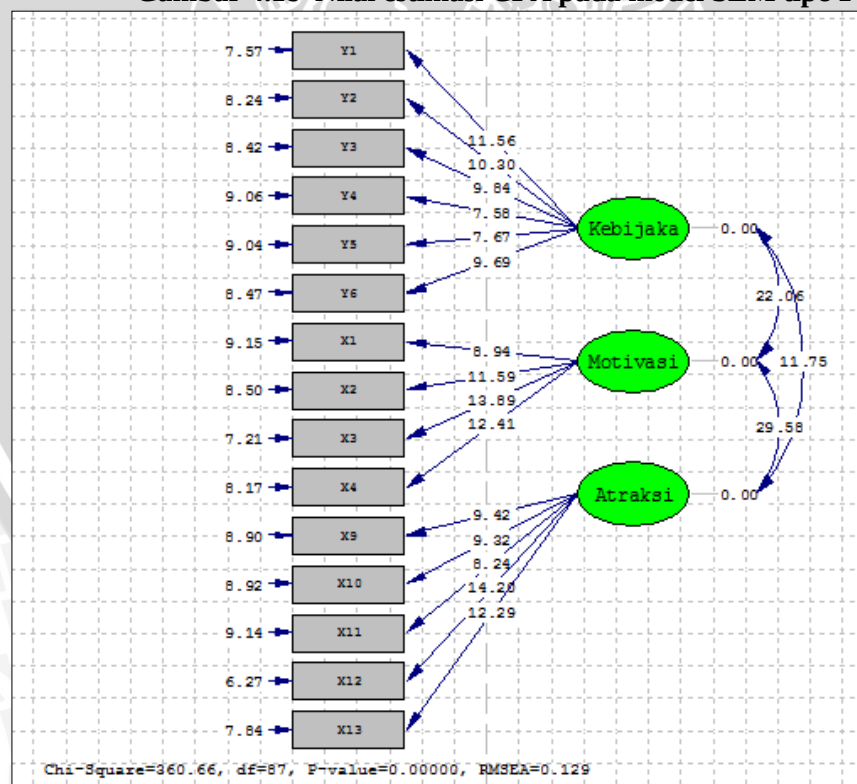
C. Estimasi Model

Tahapan estimasi pada analisis SEM dibagi menjadi 2 yaitu estimasi model pengukuran dan estimasi model struktural. Metode estimasi yang digunakan yaitu *Maximum Likelihood*.

Estimasi model pengukuran digunakan untuk menentukan besarnya nilai setiap parameter yang digunakan atau bisa disebut dengan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). Hasil estimasi pada model pengukuran dapat dilihat pada gambar 4.18.



Gambar 4.18 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 1



Gambar 4.19 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 1

Berdasarkan hasil estimasi dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tidak ada parameter yang bernilai negatif sehingga seluruh parameter dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut tanpa harus ada yang terbuang.

D. Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model terdiri dari uji kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*) dan uji kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*). Uji kecocokan keseluruhan model didasarkan pada hasil *goodness of fit* (GOF). Uji kecocokan berfungsi untuk menguji keseuaian teori dengan kondisi di lapangan.

➤ Uji kecocokan pengukuran

Hasil analisis *goodness of fit* dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Analisis Goodness of Fit

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE –FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	377.75	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	273.66	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	GFI ≥ 0.90	0.80	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.072	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.13	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated dan Indepence Model	2.26	Kurang baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.90	<u>Baik</u>
Normed fix index	≥ 0.90	0.89	<u>Baik</u>
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.72	<u>Kurang baik</u>
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.87	<u>Cukup baik</u>
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.92	<u>Baik</u>
Comparative fit index	≥ 0.90	0.92	<u>Baik</u>
PARSIMONIUS FIT MEASURES			
Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)	>0.60	0.58	Kurang baik
Normed Chi-Square	1.0 <normed chi square <2 atau 3	4	Baik
Parsimonious normed fit index (PNFI)	0.06-0.090	0.074	Baik
Akaike information criterion (AIC)	nilai AIC dari model yang mendekati nilai saturated AIC.	426.66	Cukup baik
Consistent akaike information criterion (CAIC)	nilai CAIC dari model yang mendekati nilai saturated CAIC.	566.82	Cukup baik

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
OTHERS GOFI			
Critical "N" (CN)	CN $\geq$ 200	61.34	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit.

➤ Uji Validitas

Uji validitas analisis SEM didasarkan pada 2 hal yaitu

- Nilai t-values (*loading factors*) lebih besar dari nilai kritis (atau ≥ 1.96 atau untuk praktisnya ≥ 2)
- Muatan faktor standarnya (*standardized loading factors*) ≥ 0.70

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa seluruh parameter memiliki nilai t-values lebih besar dari 2 namun pada muatan faktor standarnya masih ada beberapa parameter yang belum memenuhi kriteria yaitu berada di bawah 0.70. parameter tersebut yaitu Y1 (Efektifitas), Y2(efisiensi), Y3(kecukupan), Y4 (pemerataan), Y5(responsivitas) ,Y6 (ketepatan), X1(motivasi Fisik) dan X10 (cuaca/iklim).

➤ Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas analisis SEM didasarkan pada 2 hal yaitu *construct reliability* dan *variance extracted*.

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

$$\text{variance extracted} = \frac{\sum \text{std. loading}^2}{\sum \text{std. loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

Tabel 4.9 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Construct Reliability	Sig	Variance Extracted	Sig	Analisis
Kebijakan	0,8	0,7	0,4	0,5	CR sudah memenuhi namun VE belum
Motivasi	0,8		0,6		CR dan VE sudah memenuhi
Atraksi	0,8		0,5		CR dan VE sudah memenuhi

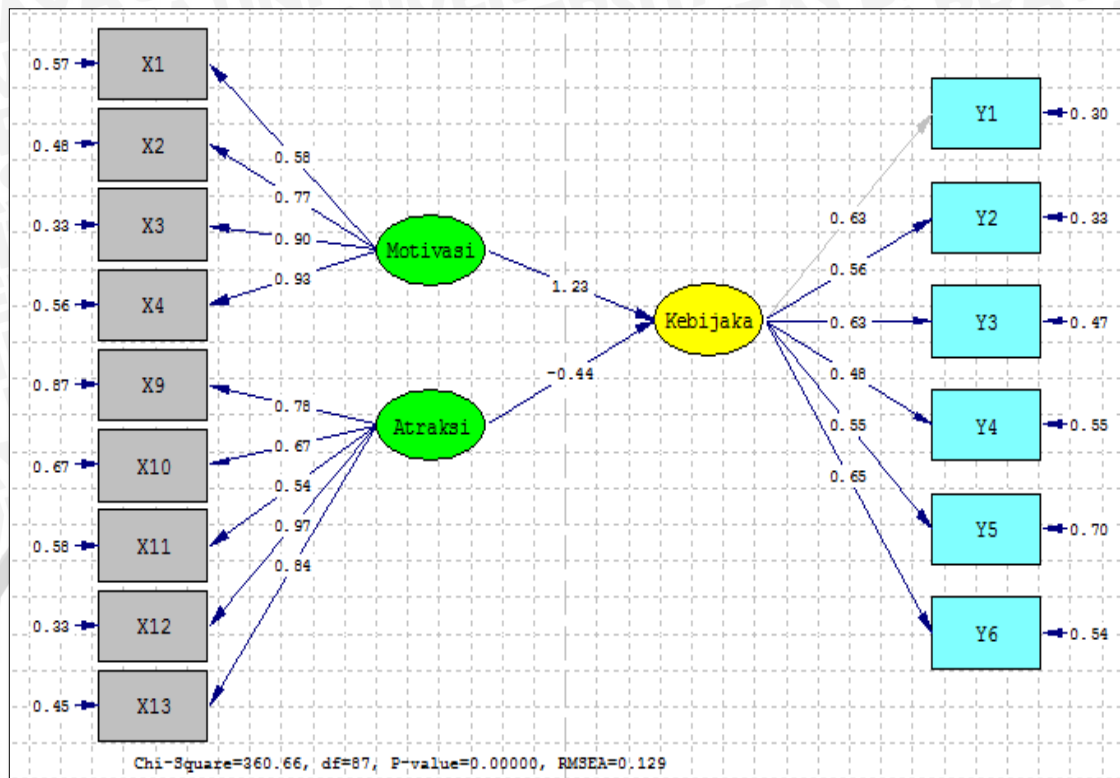
Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai sebagian besar konstruk sudah memenuhi sehingga reliabilitas konstruk memenuhi kriteria.

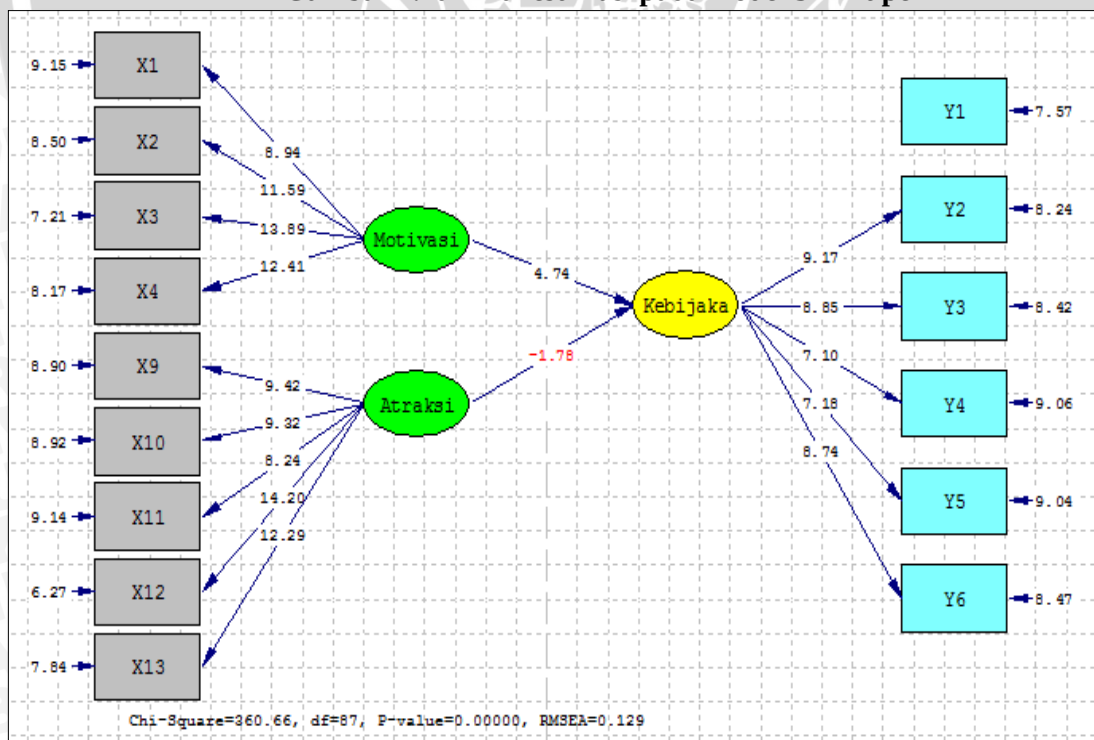
E. Respesifikasi Model

Respesifikasi merupakan tahap selanjutnya setelah Uji kecocokan. Tahap ini dilaksanakan berdasarkan hasil estimasi CFA yang sudah ditambahkan dengan

persamaan struktural sehingga disebut dengan Full SEM. Persamaan struktural dan hasil estimasi dapat dilihat pada gambar 4.15.



Gambar 4.20 Nilai estimasi pada model SEM tipe 1



Gambar 4.21 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 1

Berdasarkan hasil estimasi terhadap model secara keseluruhan maka dapat diketahui bahwa Atraksi memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap kebijakan karena nilai t-values sebesar -1.78. Hasil analisis *terhadap goodness of fit* dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil analisis *goodness of fit*

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE –FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	377.75	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	273.66	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	GFI ≥ 0.90	0.80	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.072	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.13	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated dan Indepence Model	2.26	Kurang baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.90	<u>Baik</u>
Normed fix index	≥ 0.90	0.89	<u>Baik</u>
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.72	<u>Kurang baik</u>
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.87	<u>Cukup baik</u>
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.92	<u>Baik</u>
Comparative fit index	≥ 0.90	0.92	<u>Baik</u>
PARSIMONIUS FIT MEASURES			
Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)	>0.60	0.58	Kurang baik
Normed Chi-Square	1.0 < normed chi square < 2 atau 3	4	Baik
Parsimonious normed fit index (PNFI)	0.06-0.090	0.074	Baik
Akaike information criterion (AIC)	< AIC Saturated	426.66	Cukup baik
Consistent information akaike criterion (CAIC)	< CAIC Saturated	566.82	Cukup baik
OTHERS GOFI			
Critical “N” (CN)	CN ≥ 200	61.34	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit. Dikarenakan model sudah cukup fit sehingga tidak dilakukan respesifikasi. Model SEM tipe 1 mengindikasikan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata yaitu variabel motivasi dengan sub variabel

motivasi fisik, budaya, sosial dan fantasi. Hal ini dikarenakan nilai t-values variabel motivasi lebih dari 1,96 yaitu 4,74. Model SEM tipe 1 yaitu :

$$\text{Kebijaka} = 1.23 * \text{Motivasi} - 0.44 * \text{Atraksi}, \text{Errorvar.} = 0.26, R^2 = 0.74$$

(0.26) (0.25) (0.087)
 4.74 -1.78 2.98

4.3.2 Analisis SEM Tipe 2

Variabel yang digunakan pada analisis SEM tipe 2 adalah Kebijakan, Fasilitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran. Rincian jenis variabel dan indikator yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.11.

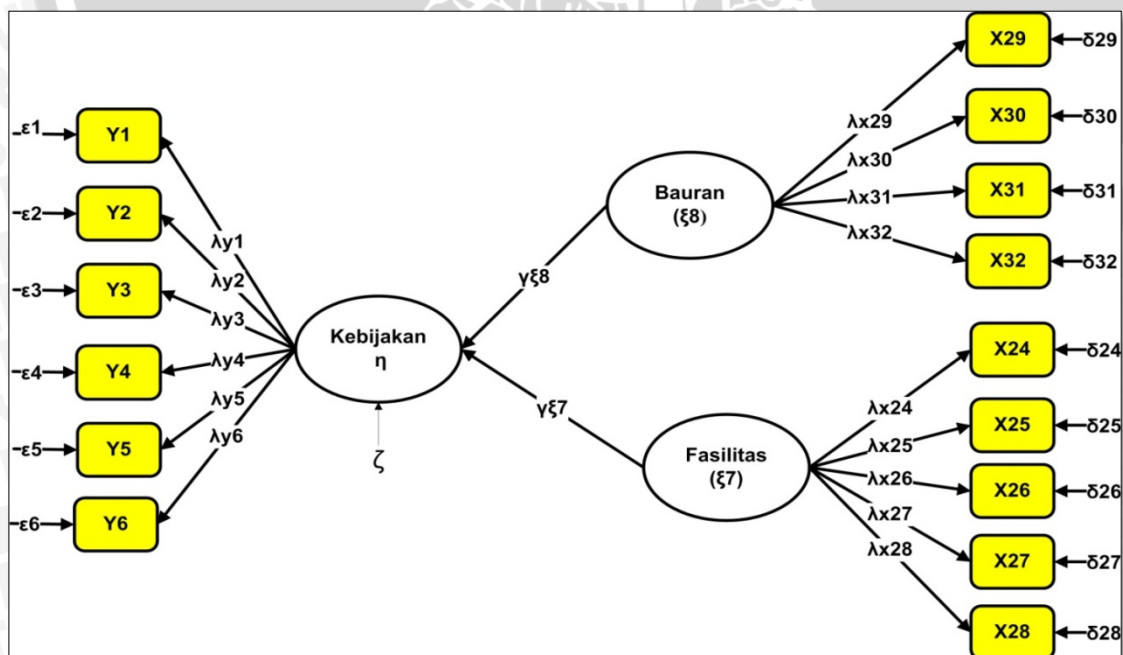
Tabel 4.11 Pembagian variabel dalam model sem tipe 2

Endogen	Simbol	Indikator	Simbol	Eksogen	Simbol	Indikator	Simbol
Kebijakan (Y)	η (eta)	Efektifitas	Y1	Fasilitas pelayanan	ξ_7	Fasilitas utama	X24
		Efisiensi	Y2			Fasilitas penunjang	X25
		Kecukupan	Y3			Fasilitas pelayanan wisata	X26
		Pemerantaan	Y4	Bauran Pemasaran	ξ_8	Fasilitas pengelolaan	X27
		Responsivitas	Y5			Fasilitas pelengkap	X28
		Ketepatan	Y6			Produk	X29
						Harga	X30
						Tempat	X31
						Promosi	X32

Sumber : Hasil Analisis 2012

A. Spesifikasi Model

Model awal yang dihasilkan pada tipe 2 dapat dilihat pada gambar 4.22.



Gambar 4.22 Model SEM Tipe 2

Berdasarkan model SEM tipe 2 tersebut dapat dihasilkan 2 persamaan yaitu persamaan model pengukuran dan persamaan model struktural.

➤ Model pengukuran

$$Y_1 = \lambda_{y1}.\eta + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{y2}.\eta + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{y3}.\eta + \varepsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{y4}.\eta + \varepsilon_4$$

$$Y_5 = \lambda_{y5}.\eta + \varepsilon_5$$

$$Y_6 = \lambda_{y6}.\eta + \varepsilon_6$$

$$X_{24} = \lambda_{x_{24}}.\xi_7 + \delta_{24}$$

$$X_{25} = \lambda_{x_{25}}.\xi_7 + \delta_{25}$$

$$X_{26} = \lambda_{x_{26}}.\xi_7 + \delta_{26}$$

$$X_{27} = \lambda_{x_{27}}.\xi_7 + \delta_{27}$$

$$X_{28} = \lambda_{x_{28}}.\xi_7 + \delta_{28}$$

$$X_{29} = \lambda_{x_{29}}.\xi_8 + \delta_{29}$$

$$X_{30} = \lambda_{x_{30}}.\xi_8 + \delta_{30}$$

$$X_{31} = \lambda_{x_{31}}.\xi_8 + \delta_{31}$$

$$X_{32} = \lambda_{x_{32}}.\xi_8 + \delta_{32}$$

➤ Model struktural

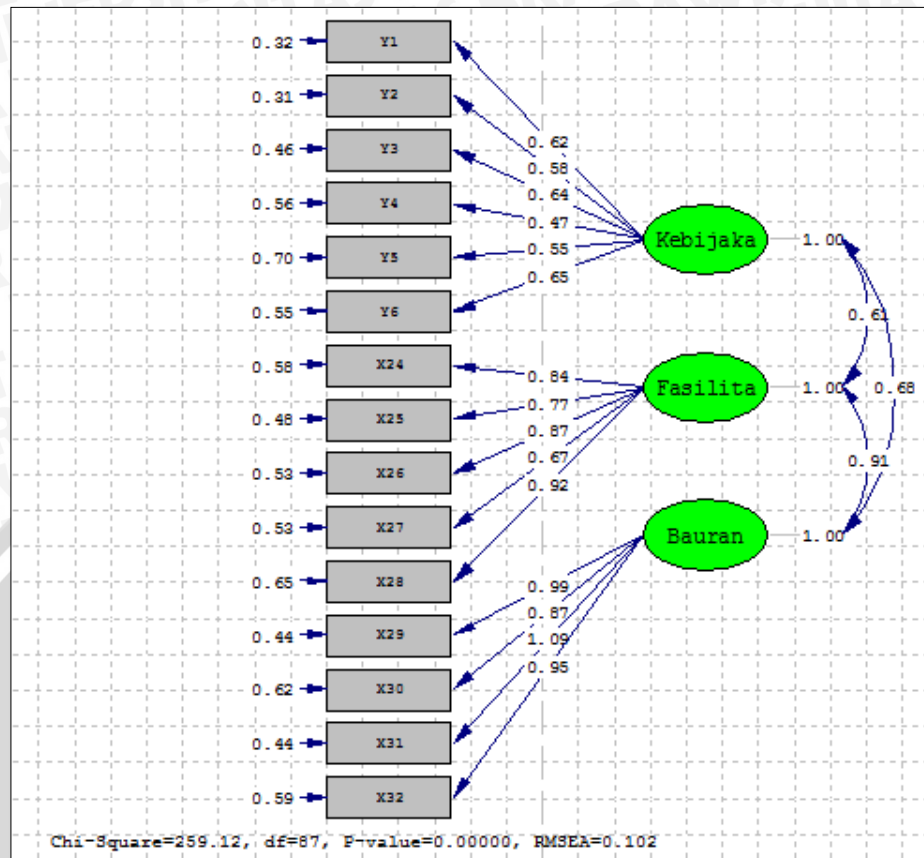
$$\eta = \gamma_{\xi 7}.\xi_7 + \gamma_{\xi 8}.\xi_8 + \zeta$$

B. Identifikasi Model

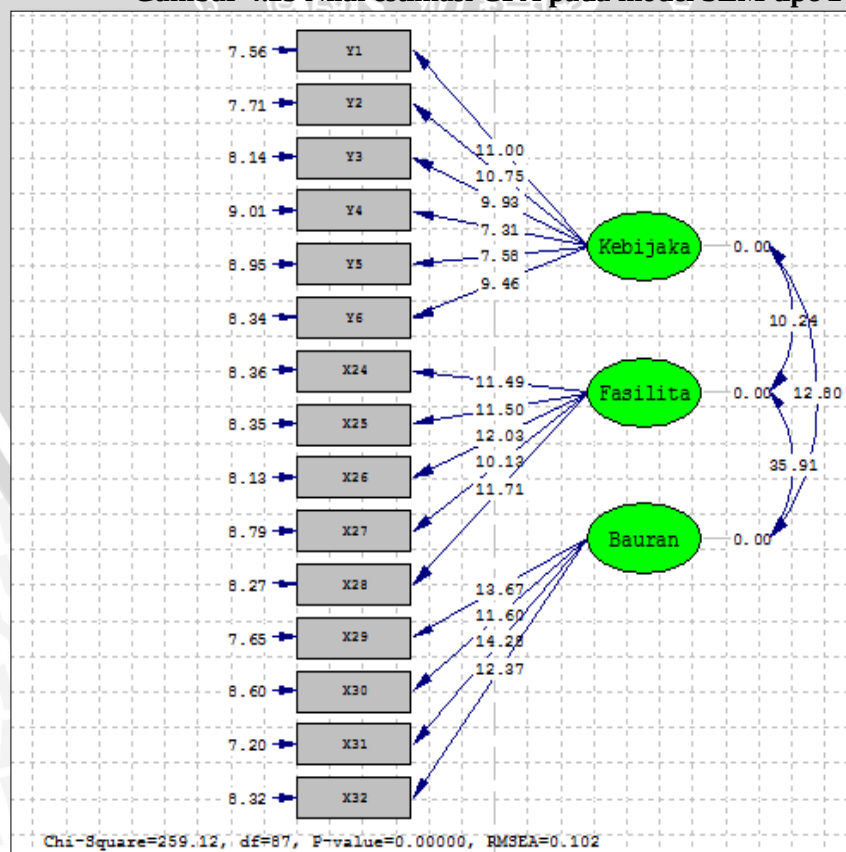
Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa *degree of freedom* dari model SEM tipe 2 adalah 87 dan termasuk dalam kategori *Over Identified Model*.

C. Estimasi Model

Metode estimasi yang digunakan yaitu *Maximum Likelihood*. Hasil estimasi pada model pengukuran dapat dilihat pada gambar 4.23.



Gambar 4.23 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 2



Gambar 4.24 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 2

Berdasarkan hasil estimasi dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tidak ada parameter yang bernilai negatif sehingga seluruh parameter dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut tanpa harus ada yang terbuang.

D. Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model terdiri dari uji kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*) dan uji kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*).

➤ Uji kecocokan pengukuran

Hasil analisis goodness of fit dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil analisis *goodness of fit*

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE -FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	278.21	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	172.12	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	$GFI \geq 0.90$	0.85	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.078	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.10	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated	1.72	Cukup baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.94	Baik
Normed fix index	≥ 0.90	0.93	Baik
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.79	Baik
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.91	Baik
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.95	Baik
Comparative fit index	≥ 0.90	0.95	Baik
PARSIMONIUS FIT MEASURES			
Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)	> 0.60	0.61	Baik
Normed Chi-Square	1.0 < normed chi square < 2 atau 3	3	Baik
Parsimonious normed fit index (PNFI)	0.06-0.090	0.077	Cukup baik
Akaike information criterion (AIC)	< AIC Saturated	325.12	Cukup baik
Consistent akaike information criterion (CAIC)	< CAIC Saturated	465.27	Kurang baik
OTHERS GOFI			
Critical "N" (CN)	$CN \geq 200$	82.92	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit.

➤ Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa seluruh parameter memiliki nilai t-values lebih besar dari 2 namun pada muatan faktor standartnya masih ada beberapa parameter yang belum memenuhi kriteria yaitu berada di bawah 0.70. Parameter tersebut yaitu Y1 (Efektifitas), Y2 (efisiensi), Y3(kecukupan), Y4 (pemerataan), Y5 (responsivitas) ,Y6 (ketepatan) dan X27 (fasilitas pengelolaan).

➤ Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dan dapat dilihat pada tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas

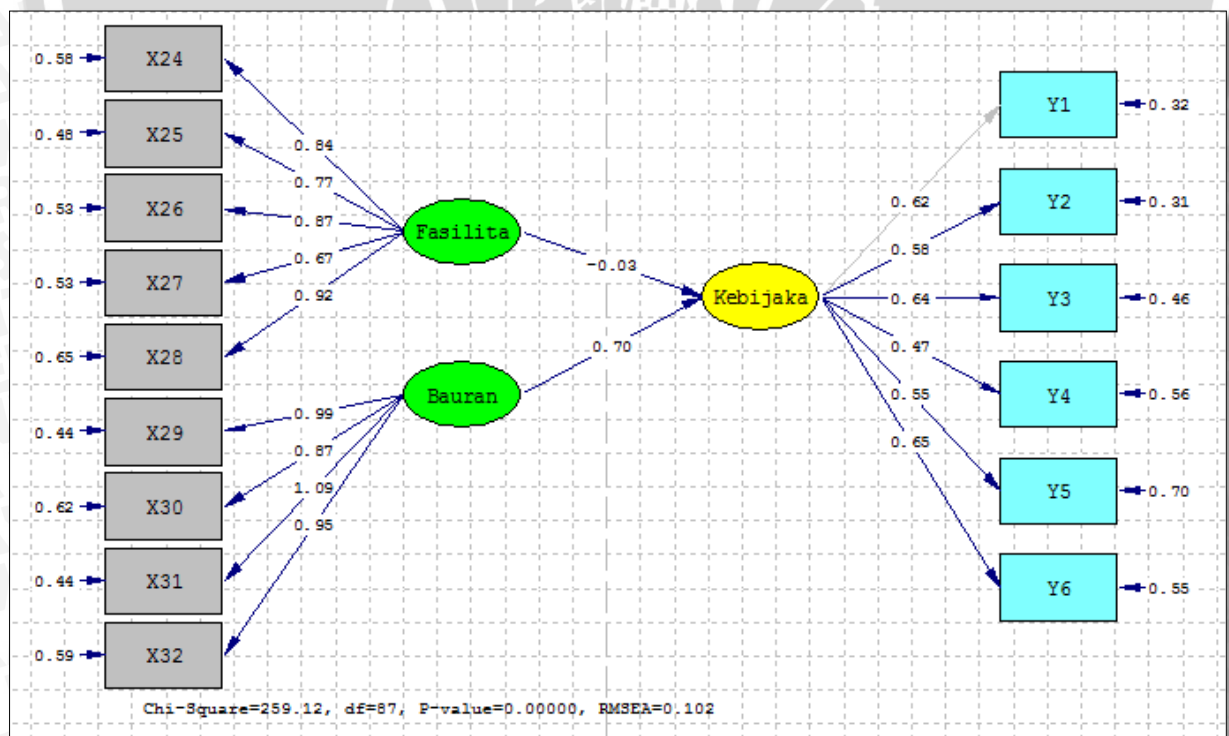
Variabel	Construct Reliability	Sig	Variance Extracted	Sig	Analisis
Kebijakan	0,8	0,7	0,4	0,5	CR sudah memenuhi namun VE belum
Fasilitas	0,9		0,5		CR dan VE sudah memenuhi
Bauran	0,9		0,6		CR dan VE sudah memenuhi

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai sebagian besar konstruk sudah memenuhi sehingga reliabilitas konstruk memenuhi kriteria.

E. Respesifikasi Model

Persamaan struktural dan hasil estimasi dapat dilihat pada gambar 4.25 .



Gambar 4.25 Nilai Estimasi Pada Model SEM Tipe 2

Tabel 4.14 Hasil analisis *goodness of fit*

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE –FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	278.21	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	172.12	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	GFI ≥ 0.90	0.85	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.078	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.10	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated	1.72	Cukup baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.94	Baik
Normed fix index	≥ 0.90	0.93	Baik
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.79	
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.91	Baik
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.95	Baik
Comparative fit index	≥ 0.90	0.95	Baik
PARSIMONIUS FIT MEASURES			
Parsimonious Goodness Of	≥ 0.60	0.61	Baik

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
Fit (PGFI)			
Normed Chi-Square	1.0 < normed square < 2 atau 3	chi 3	Baik
Parsimonious index (PNFI)	normed fit 0.06-0.090	0.077	Cukup baik
Akaike criterion (AIC)	information < AIC Saturated	325.12	Cukup baik
Consistent information (CAIC)	akaike < CAIC Saturated	465.27	Kurang baik
OTHERS GOFI			
Critical "N" (CN)	CN $\geq$ 200	82.92	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit. Dikarenakan model sudah cukup fit sehingga tidak dilakukan respesifikasi. Model SEM tipe 2 mengindikasikan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata yaitu variabel bauran dengan sub variabel produk, harga, tempat dan promosi. Hal ini dikarenakan nilai t-values variabel motivasi lebih dari 1,96 yaitu 2,57. Model SEM tipe 2 yaitu

$$\text{Kebijaka} = -0.026 \cdot \text{Fasilita} + 0.70 \cdot \text{Bauran}, \text{Errorvar.} = 0.54, R^2 = 0.46$$

(0.27) (0.27) (0.11)
 -0.098 2.57 4.88

4.3.3 Analisis SEM Tipe 3

Variabel yang digunakan pada analisis SEM tipe 3 adalah Kebijakan, Sarana Pariwisata dan Infrastruktur A. Rincian jenis variabel dan indikator yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.15.

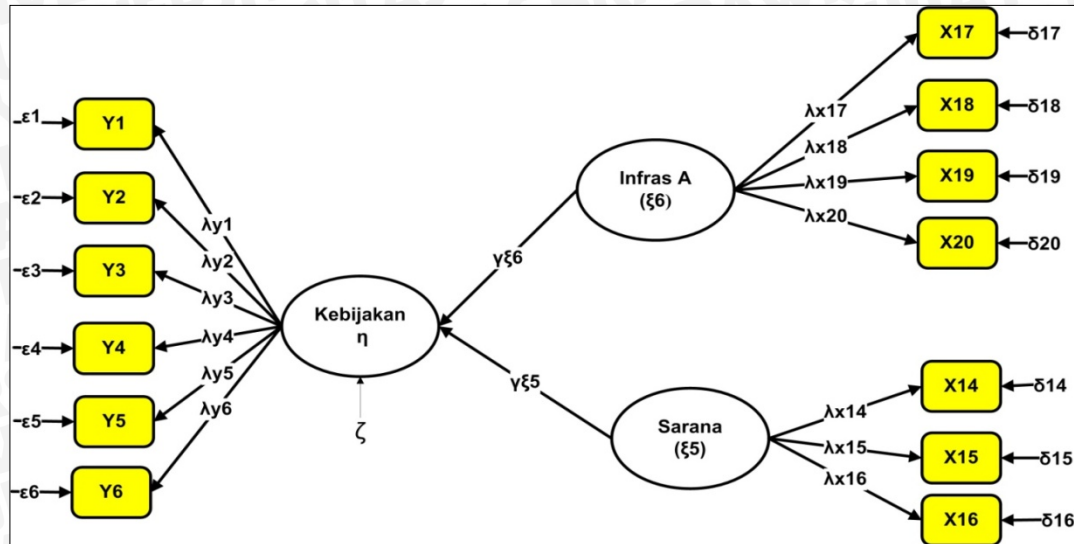
Tabel 4.15 Pembagian variabel dalam model sem tipe 3

Endogen	Simbol	Indikator	Simbol	Eksogen	Simbol	Indikator	Simbol
Kebijakan (Y)	η (eta)	Efektifitas	Y1	Sarana Pariwisata	ξ_5	Sarana Pokok	X14
		Efisiensi	Y2			Kepariwisata	X15
		Kecukupan	Y3			Sarana Pelengkap	X16
		Pemerantaan	Y4	Infrastruktur A	ξ_6	Sarana Penunjang	X17
		Responsivitas	Y5			Pengangkutan	X18
		Ketepatan	Y6			Biaya perjalanan	X19
						Infrastruktur	X20
						Komunikasi	
						Kelompok Utilitas	X20

Sumber : Hasil Analisis 2012

A. Spesifikasi Model

Model awal yang dihasilkan pada tipe 3 dapat dilihat pada gambar 4.27.



Gambar 4.27 Model SEM Tipe 3

Berdasarkan model SEM tipe 3 tersebut dapat dihasilkan 2 persamaan yaitu persamaan model pengukuran dan persamaan model struktural.

➤ Model pengukuran

$$Y1 = \lambda_{y1}.\eta + \varepsilon_1$$

$$Y2 = \lambda_{y2}.\eta + \varepsilon_2$$

$$Y3 = \lambda_{y3}.\eta + \varepsilon_3$$

$$Y4 = \lambda_{y4}.\eta + \varepsilon_4$$

$$Y5 = \lambda_{y5}.\eta + \varepsilon_5$$

$$Y6 = \lambda_{y6}.\eta + \varepsilon_6$$

$$X14 = \lambda_{x14}.\xi_5 + \delta_{14}$$

$$X15 = \lambda_{x15}.\xi_5 + \delta_{15}$$

$$X16 = \lambda_{x16}.\xi_5 + \delta_{16}$$

$$X17 = \lambda_{x17}.\xi_6 + \delta_{17}$$

$$X18 = \lambda_{x18}.\xi_6 + \delta_{18}$$

$$X19 = \lambda_{x19}.\xi_6 + \delta_{19}$$

$$X20 = \lambda_{x20}.\xi_6 + \delta_{20}$$

➤ Model struktural

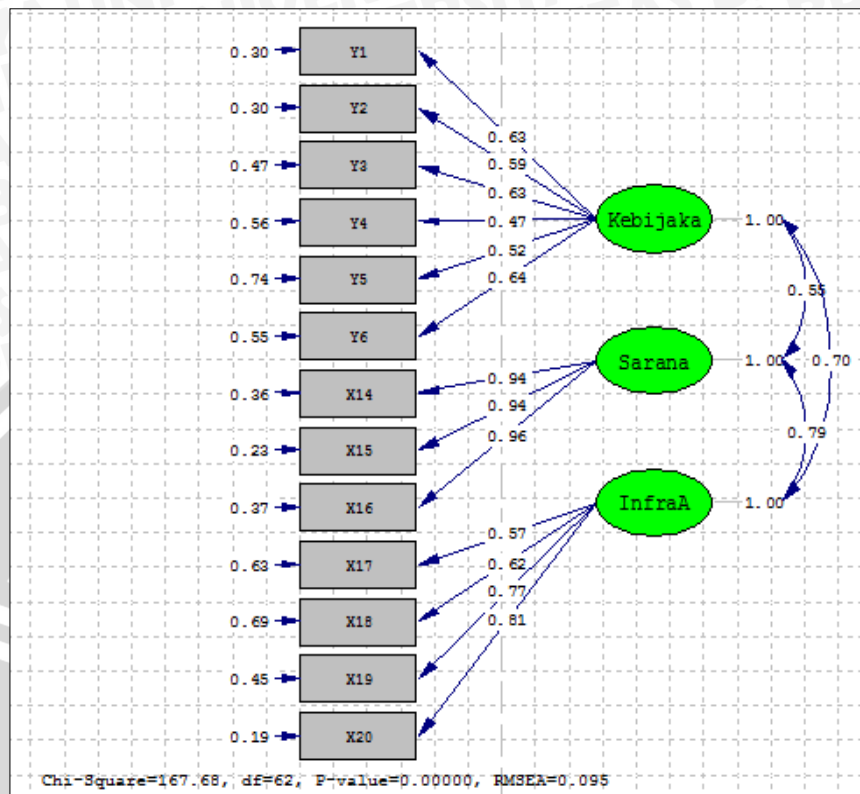
$$\eta = \gamma_{\xi 5}.\xi_5 + \gamma_{\xi 6}.\xi_6 + \zeta$$

B. Identifikasi Model

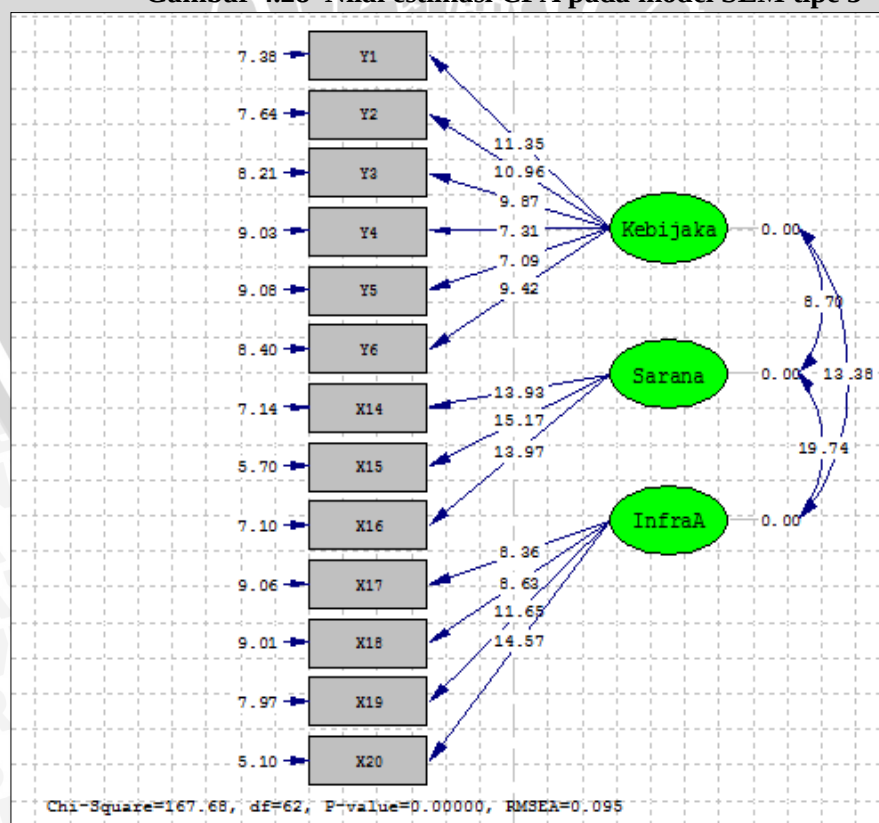
Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa *degree of freedom* dari model SEM tipe 3 adalah 62 termasuk dalam kategori *Over Identified Model*.

C. Estimasi Model

Hasil estimasi pada model pengukuran dapat dilihat pada gambar 4.28.



Gambar 4.28 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 3



Gambar 4.29 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 3

Berdasarkan hasil estimasi dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tidak ada parameter yang bernilai negatif sehingga seluruh parameter dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut tanpa harus ada yang terbuang.

D. Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model terdiri dari uji kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*) dan uji kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*).

➤ Uji kecocokan pengukuran

Hasil analisis *goodness of fit* dapat dilihat pada tabel 4.16

Tabel 4.16 Hasil analisis *goodness of fit*

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE –FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	167.68	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	105.68	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	$GFI \geq 0.90$	0.88	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.072	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.095	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated	1.19	Cukup baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.94	Baik
Normed fix index	≥ 0.90	0.93	Baik
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.82	Cukup baik
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.91	Baik
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.95	Baik
Comparative fit index	≥ 0.90	0.95	Baik
PARSIMONIUS FIT MEASURES			
Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)	> 0.60	0.60	Baik
Normed Chi-Square	1.0 < normed square < 2 atau 3	chi 2,8	Baik
Parsimonious normed fit index (PNFI)	0.06-0.090	0.074	Cukup baik
Akaike information criterion (AIC)	< AIC Saturated	225.68	Kurang baik
Consistent akaike information criterion (CAIC)	< CAIC Saturated	348.84	Baik
OTHERS GOFI			
Critical “N” (CN)	$CN \geq 200$	99,10	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit.

➤ Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa seluruh parameter memiliki nilai t-values lebih besar dari 2 namun pada muatan faktor standartnya masih ada beberapa parameter yang belum memenuhi kriteria yaitu berada di bawah 0.70. Parameter tersebut yaitu Y1 (Efektifitas), Y2 (efisiensi), Y3 (kecukupan), Y4 (pemerataan), Y5 (responsivitas), Y6 (ketepatan), X17 (pengangkutan) dan X18 (biaya perjalanan).

➤ Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dan validitas dapat dilihat pada tabel 4.17.

Tabel 4.17 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas

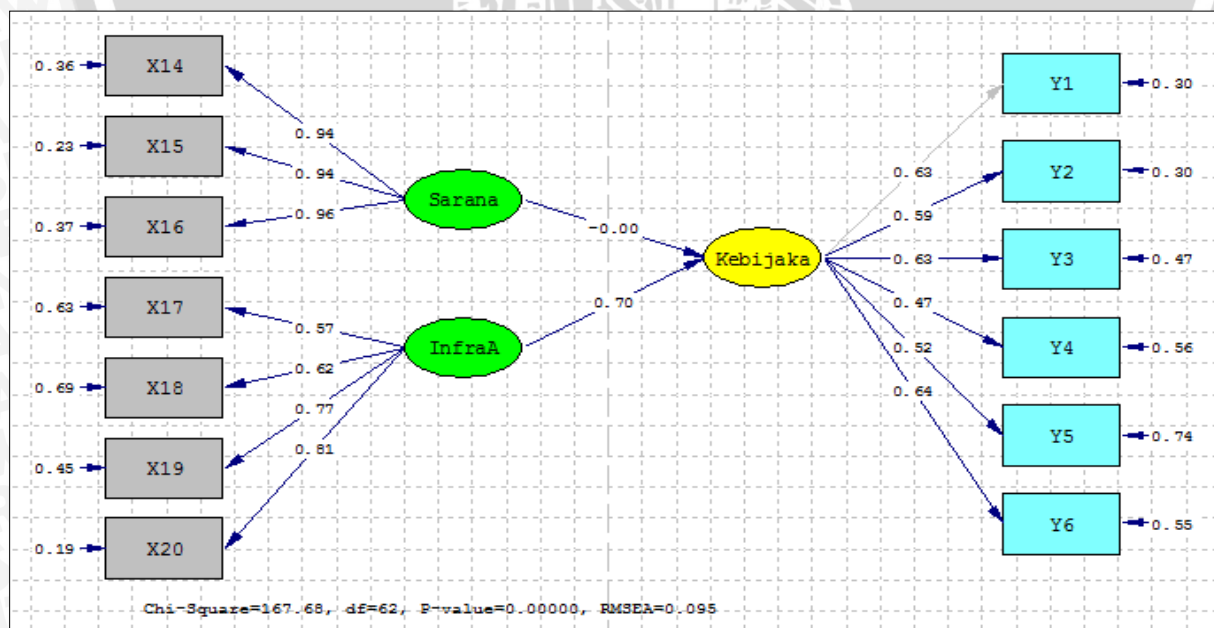
Variabel	Construct Reliability	Sig	Variance Extracted	Sig	Analisis
Kebijakan	0,8	0,7	0,4	0,5	CR sudah memenuhi namun VE belum
Sarana	0,9		0,7		CR dan VE sudah memenuhi
Infrastruktur	0,8		0,5		CR dan VE sudah memenuhi

Sumber : Hasil Analisis 2012

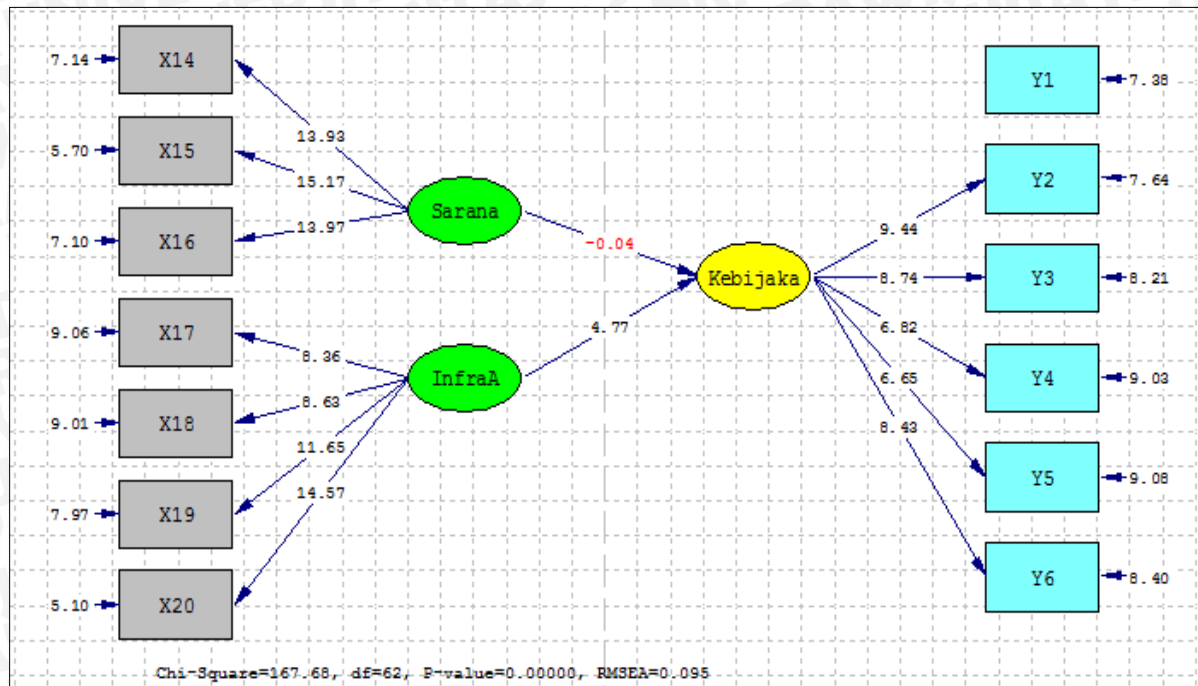
Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai sebagian besar konstruk sudah memenuhi sehingga reliabilitas konstruk memenuhi kriteria.

E. Respesifikasi Model

Persamaan struktural dan hasil estimasi dapat dilihat pada gambar 4.30.



Gambar 4.30 Nilai estimasi pada model SEM tipe 3



Gambar 4.31 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 3

Berdasarkan hasil estimasi terhadap model secara keseluruhan maka dapat diketahui bahwa Sarana Kepariwisata memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap kebijakan karena nilai t-values sebesar -0.04. Hasil analisis *terhadap goodness of fit* dapat dilihat pada tabel 4.18.

Tabel 4.18 Hasil analisis *goodness of fit*

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE -FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	167.68	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	105.68	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	GFI ≥ 0.90	0.88	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.072	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.095	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated	1.19	Cukup baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.94	Baik
Normed fix index	≥ 0.90	0.93	Baik
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.82	Cukup baik
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.91	Baik
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.95	Baik
Comparative fit index	≥ 0.90	0.95	Baik
PARSIMONIUS FIT MEASURES			

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)	>0.60	0.60	Baik
Normed Chi-Square	1.0 < normed chi square < 2 atau 3	2,8	Baik
Parsimonious normed fit index (PNFI)	0.06-0.090	0.074	Cukup baik
Akaike information criterion (AIC)	< AIC Saturated	225.68	Kurang baik
Consistent information akaike criterion (CAIC)	< CAIC Saturated	348.84	Baik
OTHERS GOFI			
Critical "N" (CN)	CN ≥ 200	99.10	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit. Dikarenakan model sudah cukup fit sehingga tidak dilakukan respesifikasi. Model SEM tipe 3 mengindikasikan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata yaitu variabel Infrastruktur A dengan sub variabel pengangkutan, biaya perjalanan, inrastruktur komunikasi dan kelompok utilitas. Hal ini dikarenakan nilai t-values variabel motivasi lebih dari 1,96 yaitu 4,77. Model SEM tipe 3 yaitu :

$$\text{Kebijaka} = -0.0048 \cdot \text{Sarana} + 0.70 \cdot \text{InfraA}, \text{Errorvar.} = 0.51, R^2 = 0.49$$

(0.14)
(0.15)
(0.11)

-0.036
4.77
4.85

4.3.4 Analisis SEM Tipe 4

Variabel yang digunakan pada analisis SEM tipe 4 adalah Kebijakan, Motivasi dan Atraksi. Rincian jenis variabel dan indikator yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.19.

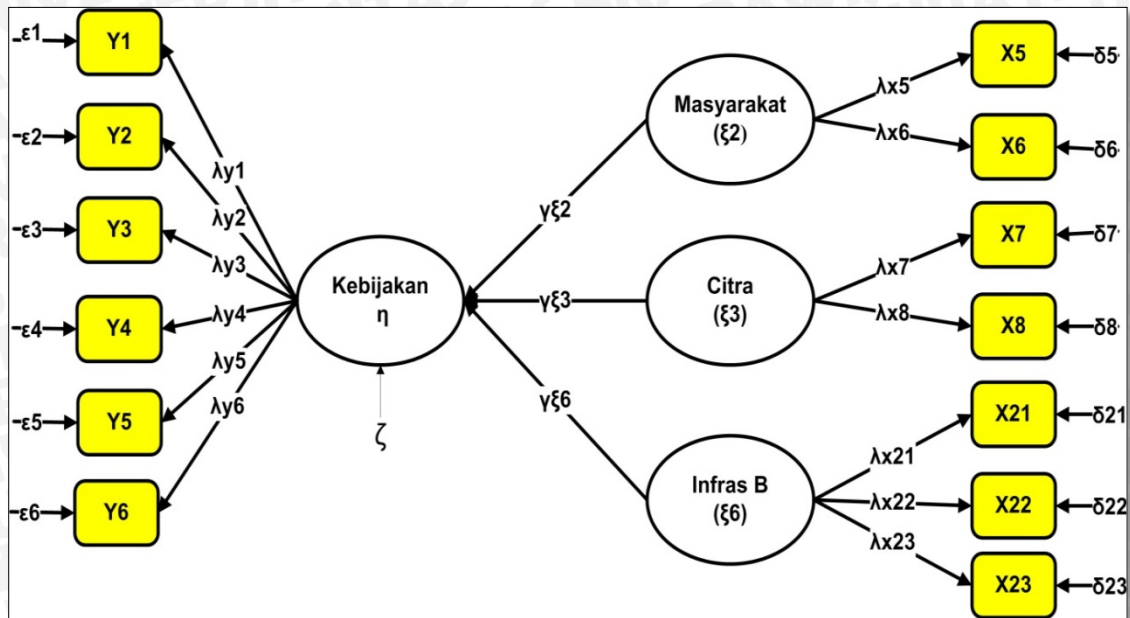
Tabel 4.19 Pembagian variabel dalam model SEM tipe 4

Endogen	Simbol	Indikator	Simbol	Eksogen	Simbol	Indikator	Simbol
Kebijakan (Y)	η (eta)	Efektifitas	Y1	Masyarakat setempat	ξ2	Karakteristik masyarakat	X5
		Efisiensi	Y2	Citra	ξ3	Budaya masyarakat	X6
		Kecukupan	Y3			Pengalaman sebelumnya	X7
		Pemerataan	Y4			Sumber informasi	X8
		Responsivitas	Y5	Infrastruktur	ξ6	Pelayanan kesehatan	X21
		Ketepatan	Y6	B		Keamanan dan keramahan	X22
						Petugas yang melayani	X23

Sumber : Hasil Analisis 2012

A. Spesifikasi Model

Model awal yang dihasilkan pada tipe 4 dapat dilihat pada gambar 4.32.



Gambar 4.32 Model SEM Tipe 4

Berdasarkan model SEM tipe 4 tersebut dapat dihasilkan 2 persamaan yaitu persamaan model pengukuran dan persamaan model struktural.

➤ Model pengukuran

$$Y1 = \lambda_{y1}.\eta + \varepsilon_1$$

$$Y2 = \lambda_{y2}.\eta + \varepsilon_2$$

$$Y3 = \lambda_{y3}.\eta + \varepsilon_3$$

$$Y4 = \lambda_{y4}.\eta + \varepsilon_4$$

$$Y5 = \lambda_{y5}.\eta + \varepsilon_5$$

$$Y6 = \lambda_{y6}.\eta + \varepsilon_6$$

$$X5 = \lambda_{x5}.\xi_2 + \delta_5$$

$$X6 = \lambda_{x6}.\xi_2 + \delta_6$$

$$X7 = \lambda_{x7}.\xi_3 + \delta_7$$

$$X8 = \lambda_{x8}.\xi_3 + \delta_8$$

$$X21 = \lambda_{x21}.\xi_6 + \delta_{21}$$

$$X22 = \lambda_{x22}.\xi_6 + \delta_{22}$$

$$X23 = \lambda_{x23}.\xi_6 + \delta_{23}$$

➤ Model struktural

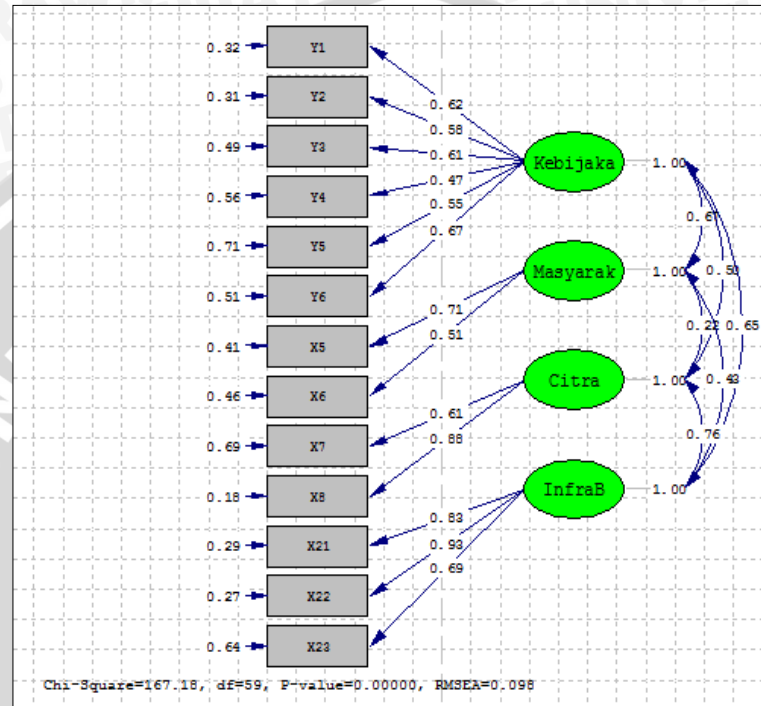
$$\eta = \gamma_{\xi2}.\xi_2 + \gamma_{\xi3}.\xi_3 + \gamma_{\xi6}.\xi_6 + \zeta$$

B. Identifikasi Model

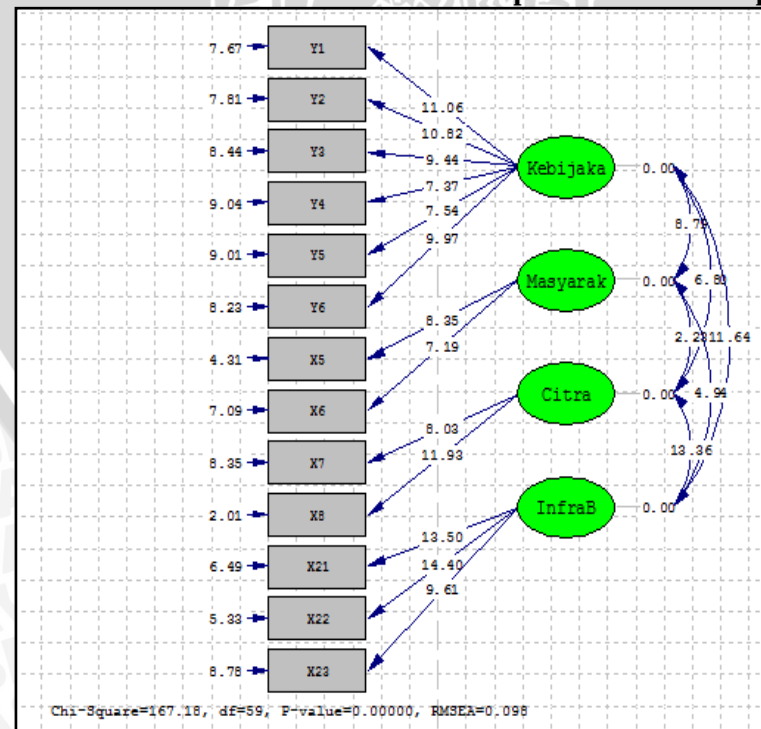
Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa *degree of freedom* dari model SEM tipe 4 adalah 59 dan termasuk dalam kategori *Over Identified Model*.

C. Estimasi Model

Hasil estimasi pada model pengukuran dapat dilihat pada gambar 4.33.



Gambar 4.33 Nilai estimasi CFA pada model SEM tipe 4



Gambar 4.34 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 4

Berdasarkan hasil estimasi dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tidak ada parameter yang bernilai negatif sehingga seluruh parameter dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut tanpa harus ada yang terbuang.

D. Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model terdiri dari uji kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*) dan uji kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*).

➤ Uji kecocokan pengukuran

Hasil analisis *goodness of fit* dapat dilihat pada tabel 4.20.

Tabel 4.20 Hasil analisis *goodness of fit*

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE -FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	167.18	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	108.18	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	$GFI \geq 0.90$	0.88	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.059	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.098	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated	1.22	Cukup baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.92	Baik
Normed fix index	≥ 0.90	0.91	Baik
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.82	Cuku baik
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.89	Cukup baik
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.94	Baik
Comparative fit index	≥ 0.90	0.94	Baik
PARSIMONIUS FIT MEASURES			
Parsimonious Goodness Of Fit (PGFI)	> 0.60	0.57	Kurang baik
Normed Chi-Square	1.0 < normed chi square < 2 atau 3	2,8	Baik
Parsimonious normed fit index (PNFI)	0.06-0.090	0.069	Baik
Akaike information criterion (AIC)	< AIC Saturated	231.18	Baik
Consistent akaike information criterion (CAIC)	< CAIC Saturated	367.08	Baik
OTHERS GOFI			
Critical "N" (CN)	$CN \geq 200$	100.65	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit.

➤ Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa seluruh parameter memiliki nilai t-values lebih besar dari 2 namun pada muatan faktor standartnya masih ada beberapa parameter yang belum memenuhi kriteria yaitu berada di bawah 0.70. parameter tersebut yaitu Y1 (Efektifias), Y2 (efisiensi), Y3 (kecukupan), Y4 (pemerataan), Y5 (responsivitas) ,Y6 (ketepatan), X7 (budaya masyarakat setempat) dan X23 (petugas yang melayani).

➤ Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dan validitas dapat dilihat pada tabl 4.21.

Tabel 4.21 Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas

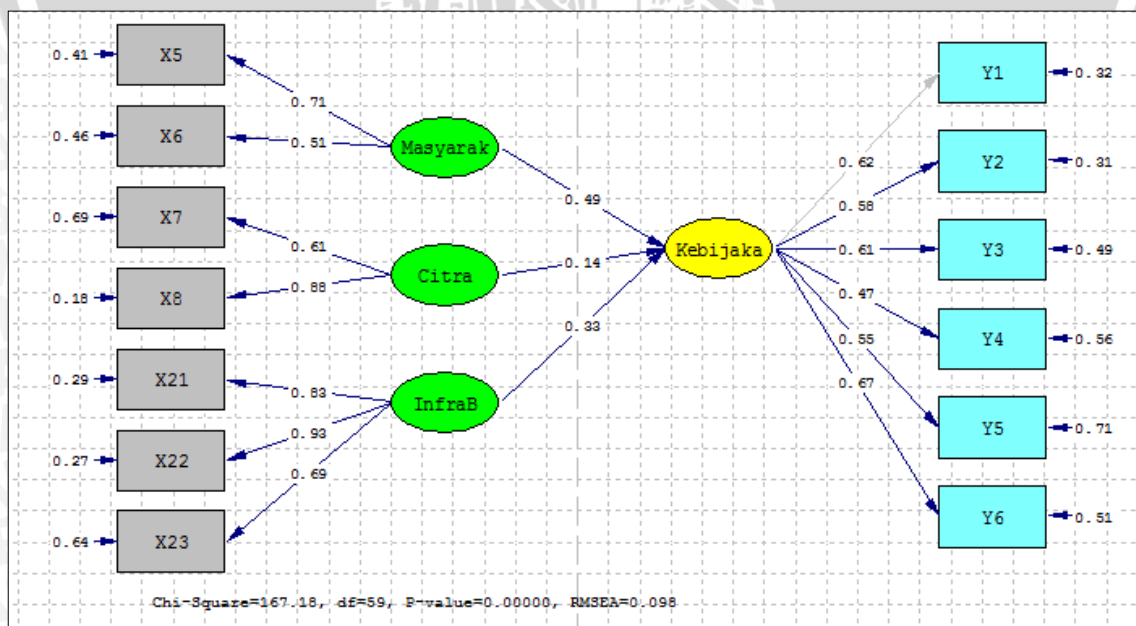
Variabel	Construct Reliability	Sig	Variance Extracted	Sig	Analisis
Kebijakan	0,8	0,7	0,4	0,5	CR sudah memenuhi namun VE belum
Masyarakat	0,6		0,5		VE sudah memenuhi namun CE belum
Citra	0,7		0,6		CR dan VE sudah memenuhi
Infrastruktur B	0,8		0,6		CR dan VE sudah memenuhi

Sumber : Hasil Analisis 2012

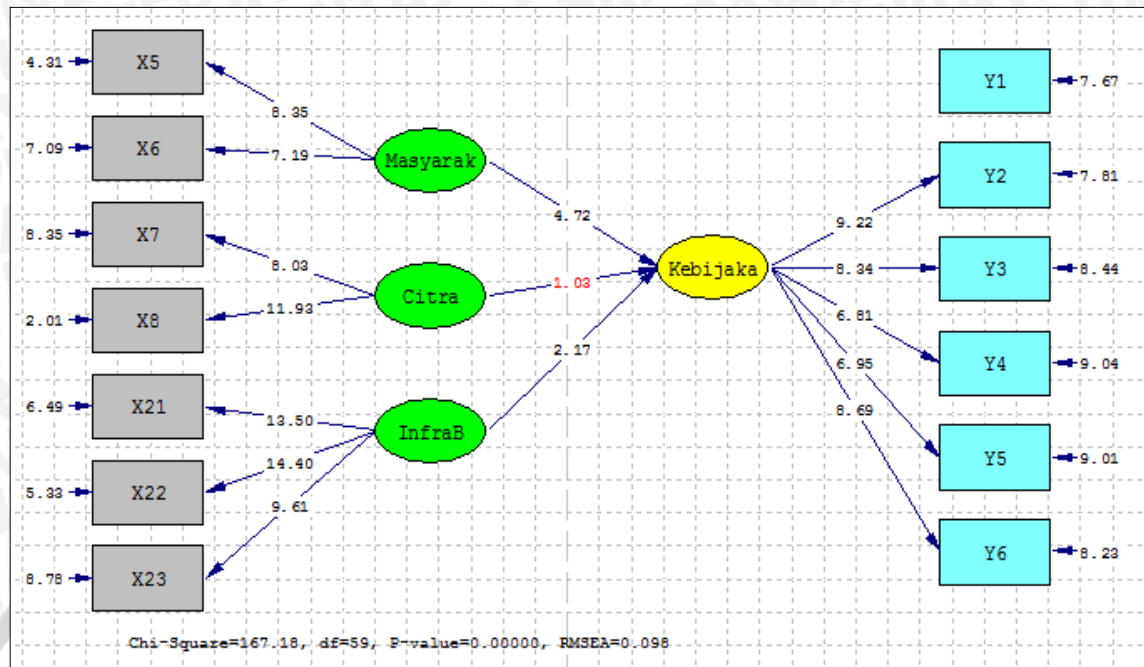
Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai sebagian besar konstruk sudah memenuhi sehingga reliabilitas konstruk memenuhi kriteria.

E. Respesifikasi Model

Persamaan struktural dan hasil estimasi dapat dilihat pada gambar 4.35.



Gambar 4.35 Nilai estimasi pada model SEM tipe 4



Gambar 4.36 Nilai T-values CFA pada model SEM tipe 4

Berdasarkan hasil estimasi terhadap model secara keseluruhan maka dapat diketahui bahwa Citra memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap kebijakan karena nilai t-values sebesar 1.02. Hasil analisis terhadap *goodness of fit* dapat dilihat pada tabel 4.22.

Tabel 4.22 Hasil analisis *goodness of fit*

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
ABSOLUTE -FIT MEASURES			
Statistic Chi-square	Kecil	167.18	Kurang baik
Non-centrality parameter (NCP)	< Independence Model	108.18	Kurang baik
Goodness-of-fit index (GFI)	$GFI \geq 0.90$	0.88	Cukup baik
Root mean Square residuan (RMR)	≤ 0.05	0.059	Kurang baik
Root mean Square error of approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.098	Kurang baik
Expected Cross-validation-index (ECVI)	< ECVI Saturated	1.22	Cukup baik
INCREMENTAL FIT MEASURES			
Tucker-Lewis index atau non-Normed Fit Index (TLI atau NNFI)	≥ 0.90	0.92	Baik
Normed fix index	≥ 0.90	0.91	Baik
Adjusted goodness of fit index (AGFI)	≥ 0.90	0.82	Cuku baik
Relative fit index (RFI)	≥ 0.90	0.89	Cukup baik
Incremental fit index (IFI)	≥ 0.90	0.94	Baik
Comparative fit index	≥ 0.90	0.94	Baik
PARSIMONIUS FIT MEASURES			
Parsimonious Goodness Of	> 0.60	0.57	Kurang baik

Ukuran GOF	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Hasil	Keterangan
Fit (PGFI)			
Normed Chi-Square	1.0 < normed square < 2 atau 3	chi 2,8	Baik
Parsimonious index (PNFI)	normed fit 0.06-0.090	0.069	Baik
Akaike criterion (AIC)	information < AIC Saturated	231.18	Baik
Consistent information (CAIC)	akaike < CAIC Saturated	367.08	Baik
OTHERS GOFI			
Critical "N" (CN)	CN $\geq$ 200	100.65	Kurang baik

Sumber : Hasil Analisis 2012

Berdasarkan hasil analisis output *Goodness Of Fit* model pengukuran maka dapat disimpulkan bahwa model sudah cukup fit. Dikarenakan model sudah cukup fit sehingga tidak dilakukan respesifikasi. Model SEM tipe 4 mengindikasikan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata yaitu variabel masyarakat dengan sub variabel karakteristik masyarakat dan budaya masyarakat setempat serta variabel infrastruktur B dengan sub variabel pelayanan kesehatan keamanan dan keramahandan petugas yang melayani. Hal ini dikarenakan nilai t-values variabel masyarakat lebih dari 1,96 yaitu 4,72 dan infrastruktur B sebesar 2,17. Model SEM tipe 4 yaitu :

$$\text{Kebijaka} = 0.49 \cdot \text{Masyarak} + 0.14 \cdot \text{Citra} + 0.33 \cdot \text{InfraB}, \text{Errorvar.} = 0.38, R^2 = 0.62$$

(0.10)
(0.14)
(0.15)
(0.095)

4.72
1.03
2.17
4.02

Berdasarkan hasil analisis ke empat model SEM maka dapat diperoleh hasil estimasi dan t-values yang dapat dilihat pada tabel 4.23.

Tabel 4.23 Hasil analisis SEM

Variabel	T-Values	Sub Variabel	T-Values	Keterangan	Tipe
Masyarakat	4,72	X5	8,35	karakteristik masyarakat	4
		X7	7,15	budaya masyarakat	
Citra	1,02	X7	8,03	pengalaman sebelumnya	
		X8	11,93	sumber informasi	
infrastruktur B	2,17	X21	13,5	pelayanan kesehatan	
		X22	14,4	keamanan dan keramahan	
		X23	9,61	petugas yang melayani	
sarana	-0,04	X14	13,93	sarana pokok kepariwisataan	3
		X15	15,17	sarana pelengkap	
		X16	13,97	sarana penunjang	
infrastruktur A	4,77	X17	8,36	pengangkutan	
		X18	8,63	biaya perjalanan	
		X19	11,63	infrastruktur komunikasi	
fasilitas	-0,1	X20	14,87	kelompok utilitas	2
		X24	11,49	fasilitas utama	

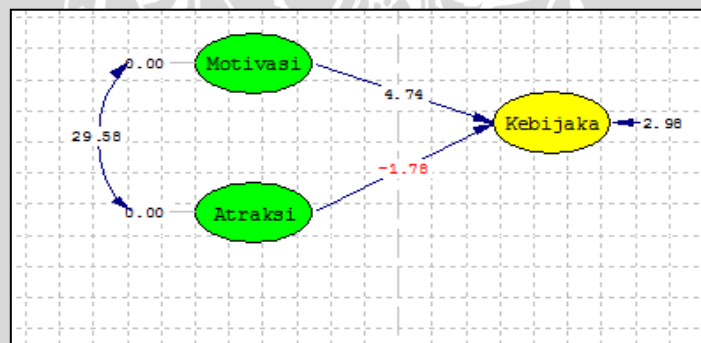
Variabel	T-Values	Sub Variabel	T-Values	Keterangan	Tipe
bauran	2,57	X25	11,5	fasilitas penunjang	1
		X26	12,03	fasilitas pelayanan wisata	
		X27	10,12	fasilitas pengelolaan	
		X28	11,71	fasilitas pelengkap	
		X29	13,67	produk	
		X30	11,6	harga	
		X31	14,28	tempat	
motivasi	4,47	X32	12,37	promosi	
		X1	8,94	motivasi fisik	
		X2	11,59	motivasi budaya	
		X3	13,89	motivasi sosial	
Atraksi		X4	12,41	motivasi fantasi	
		X9	9,42	keindahan alam	
		X10	9,32	cuaca/iklim	
		X11	8,24	kebudayaan	
		X12	14,2	keamanan	
		X13	12,29	sumber daya manusia	

Sumber: Hasil Analisis 2012

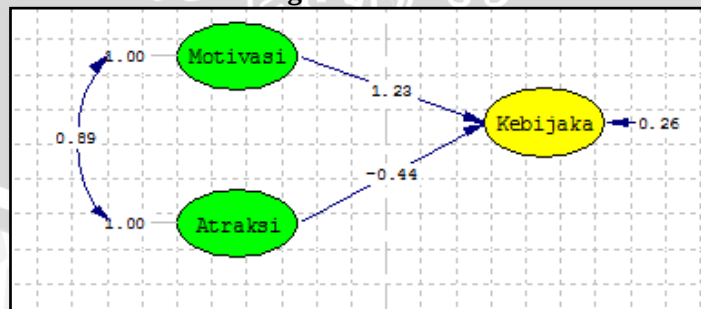
4.3.5 Hubungan Antar Variabel

Hubungan antar variabel menggambarkan keterkaitan antar variabel pada setiap model SEM. Hubungan tersebut akan menggambarkan besaran pengaruh diantara variabel yang ada.

A. Hubungan Antar Variabel model SEM tipe 1



Gambar 4.37 Nilai T-Values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 1

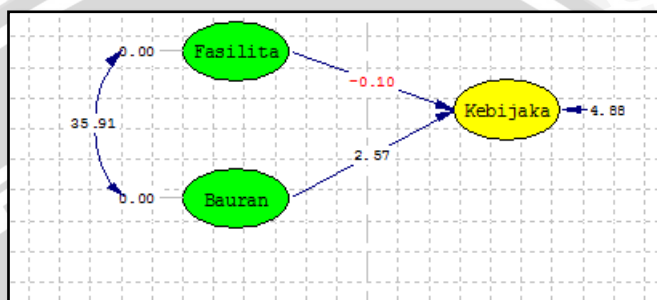


Gambar 4.38 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 1

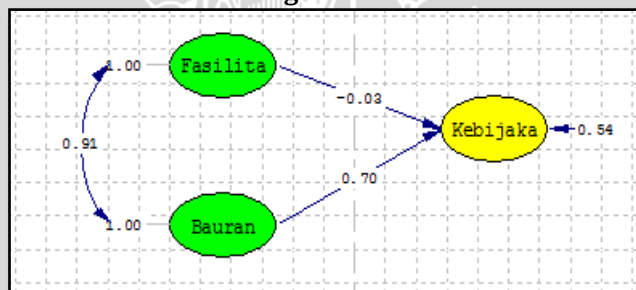
Berdasarkan hasil analisis SEM maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel motivasi dengan sub variabel motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi sosial dan motivasi fantasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap kebijakan

pariwisata. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 4,74. Namun variabel atraksi memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya -1,78. Variabel atraksi memiliki sub variabel keindahan alam, cuaca atau iklim, kebudayaan, keamanan, dan sumber daya manusia. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara variabel motivasi dan atraksi yang ditunjukkan dengan nilai t-values 29,58.

B. Hubungan Antar Variabel model SEM tipe 2



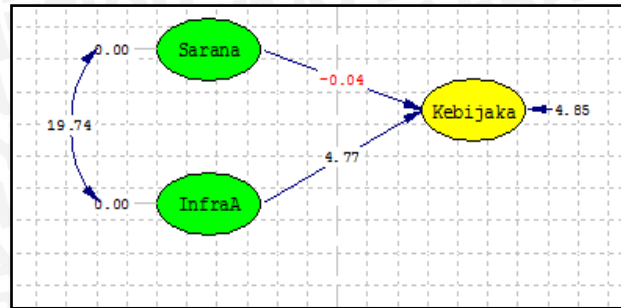
Gambar 4.39 Nilai T-values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 2



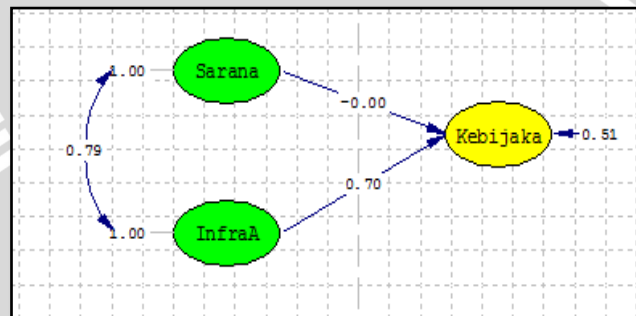
Gambar 4.40 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 2

Berdasarkan hasil analisis SEM maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel bauran dengan sub variabel produk, tempat, harga dan promosi memiliki hubungan yang signifikan terhadap kebijakan pariwisata. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 2,57. Namun variabel fasilitas memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya -0,10. Variabel fasilitas memiliki sub variabel fasilitas utama, fasilitas penunjang, fasilitas pelayanan wisata fasilitas pengelolaan dan fasilitas pelengkap. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara variabel fasilitas dan bauran yang ditunjukkan dengan nilai t-values 35,91.

C. Hubungan Antar Variabel model SEM tipe 3



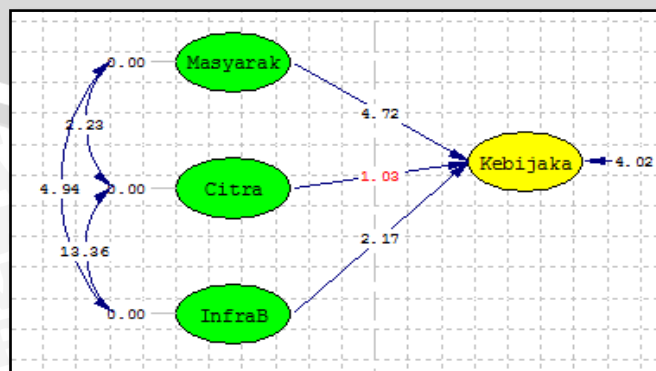
Gambar 4.41 Nilai T-values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 3



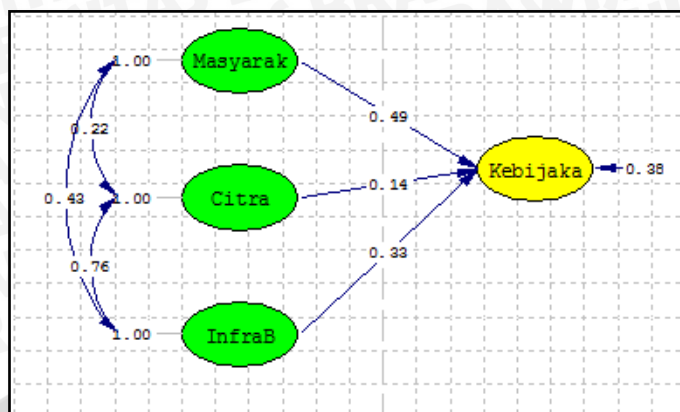
Gambar 4.42 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 3

Berdasarkan hasil analisis SEM maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel Infrastruktur A dengan sub variabel pengangkutan, biaya perjalanan, infrastruktur komunikasi dan kelompok utilitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap kebijakan pariwisata. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 4,77. Namun variabel sarana memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya -0,04. Variabel sarana memiliki sub variabel sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap dan sarana penunjang. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara variabel sarana dan infrastruktur A yang ditunjukkan dengan nilai t-values 19,74.

D. Hubungan Antar Variabel model SEM tipe 4



Gambar 4.43 Nilai T-values Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 4



Gambar 4.44 Nilai Estimasi Hubungan Variabel Dalam Model SEM Tipe 4

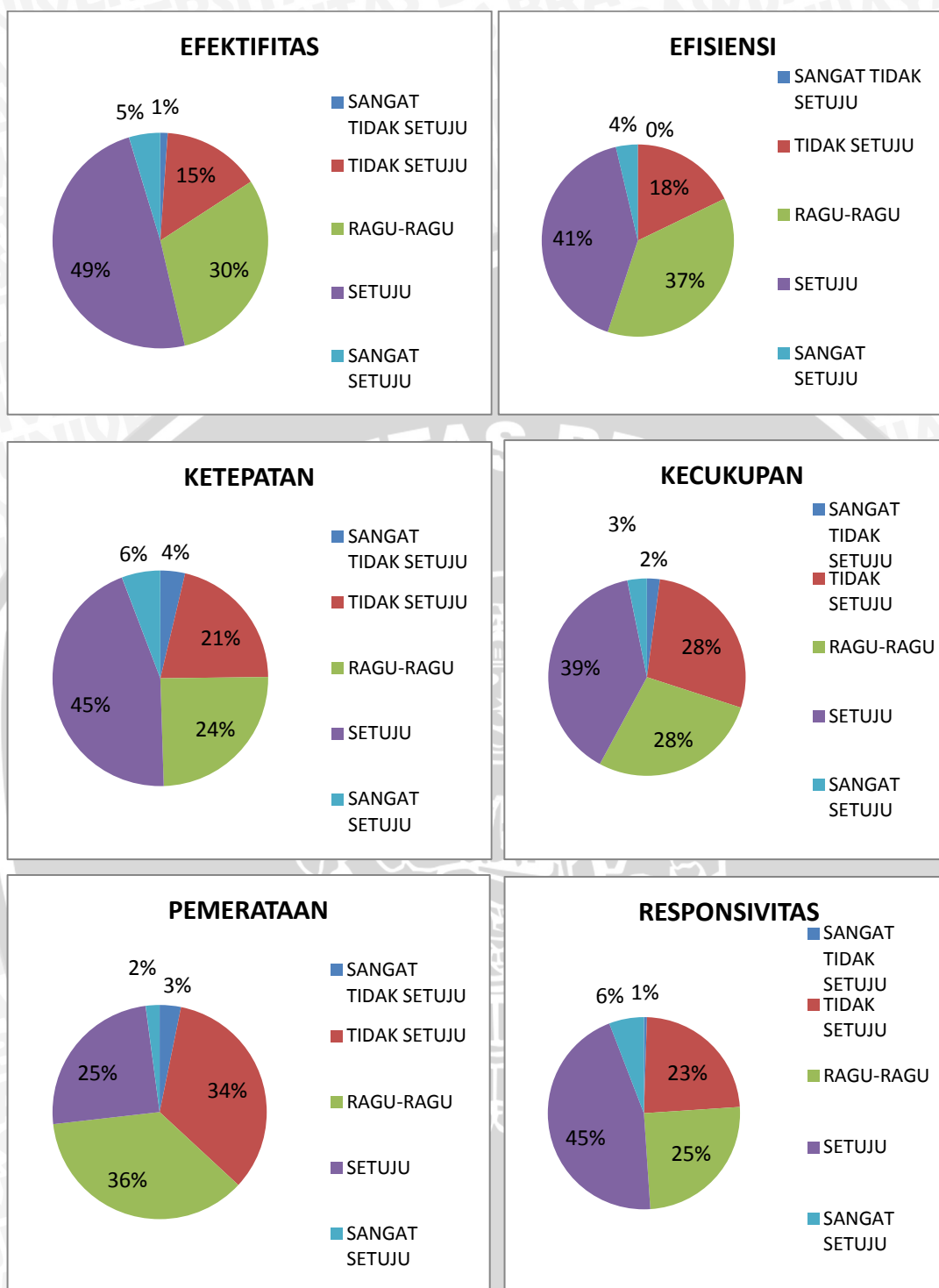
Berdasarkan hasil analisis SEM maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel masyarakat dengan sub variabel karakteristik masyarakat setempat dan budaya masyarakat setempat dan variabel Infrastruktur B dengan sub variabel pelayanan kesehatan, keramahan dan keamanan dan petugas yang melayani memiliki hubungan yang signifikan terhadap kebijakan pariwisata. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 4,72 untuk variabel masyarakat dan 2,17 untuk variabel infrastruktur B. Namun variabel citra memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya 1,03. Variabel citra memiliki sub variabel sumber informasi dan pengalaman sebelumnya. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara variabel masyarakat, citra dan infrastruktur B. Hubungan antara variabel masyarakat dan citra ditunjukkan dengan nilai t-values sebesar 2,23. Hubungan antara variabel masyarakat dan Infrastruktur B ditunjukkan dengan nilai t-values sebesar 4,94. Hubungan antara variabel citra dan infrastruktur ditunjukkan dengan nilai t-values sebesar 13,36.

4.4 Gambaran Persepsi Wisatawan

Gambaran persepsi wisatawan berisi tentang jawaban wisatawan terhadap pertanyaan terkait variabel-variabel penelitian. Gambaran tersebut diperoleh berdasarkan jawaban responden di lapangan.

4.4.1 Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Kebijakan

Variabel kebijakan memiliki sub variabel Efektifitas, Efisiensi, Kecukupan, Pemerataan, Responsivitas, dan Ketepatan. Prosentase jawaban responden dapat dilihat pada gambar 4.45.

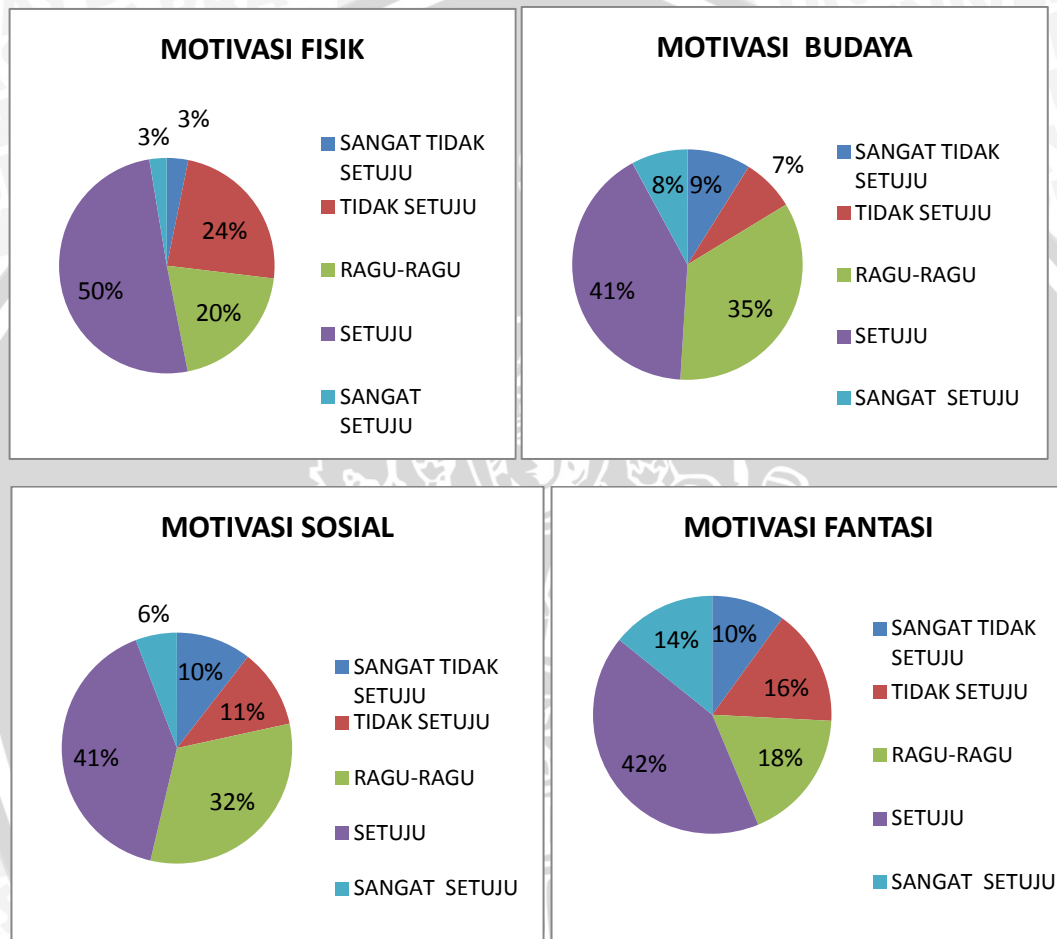


Gambar 4.45 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Kebijakan

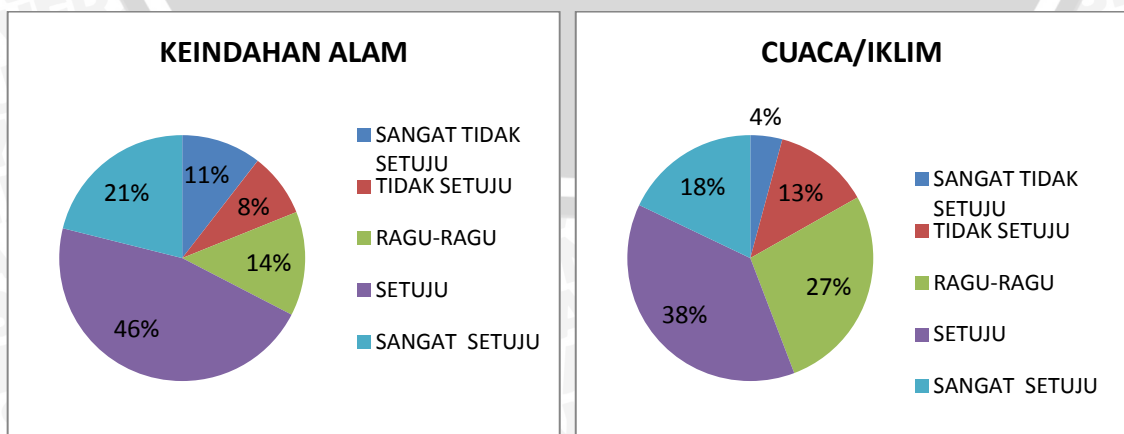
Berdasarkan gambaran persepsi wisatawan maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan setuju (41%) bahwa kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk sudah berjalan dengan baik.

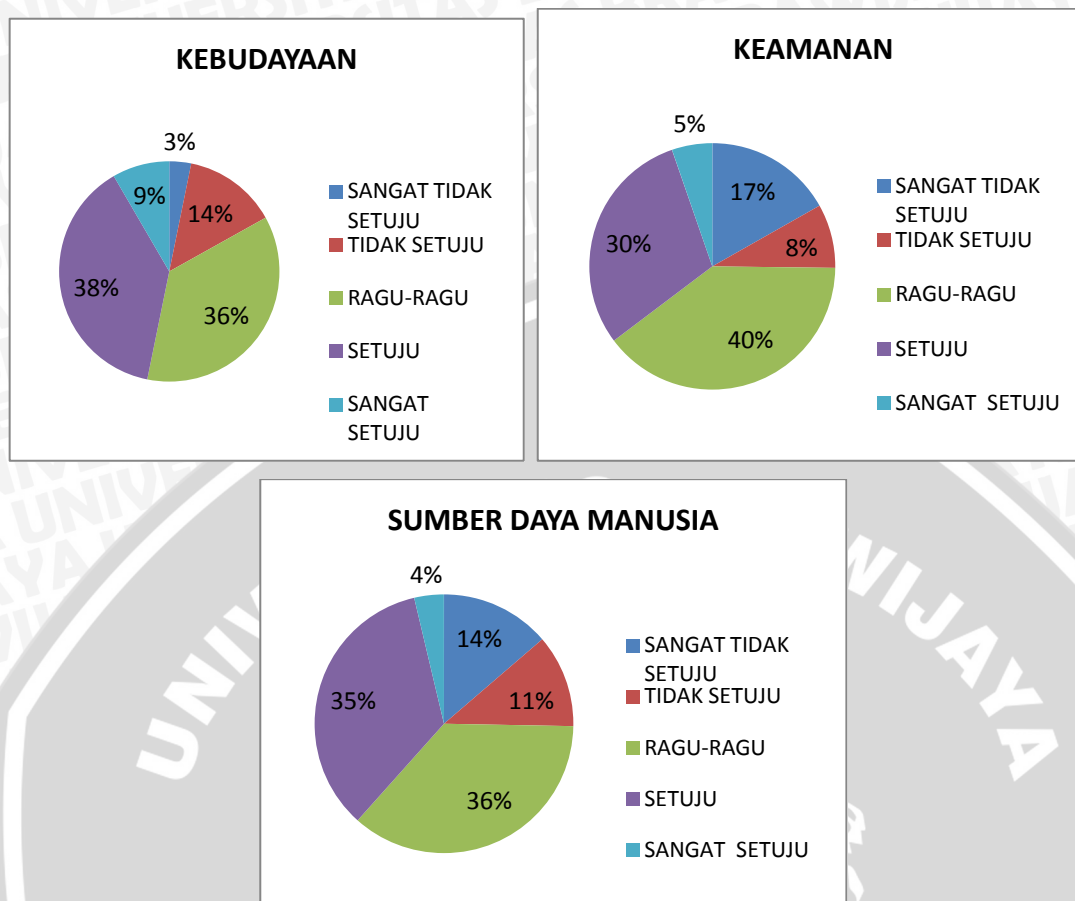
4.4.2 Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Motivasi dan Atraksi (Model SEM Tipe 1)

Variabel motivasi memiliki sub variabel motivasi fisik, budaya , sosial dan fantasi sedangkan variabel Atraksi memiliki sub variabel keindahan alam, cuaca/iklim, kebudayaan, keamanan, dan sumber daya manusia. Prosentase jawaban responden dapat pada gambar 4.46 dan 4.47.



Gambar 4.46 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Motivasi



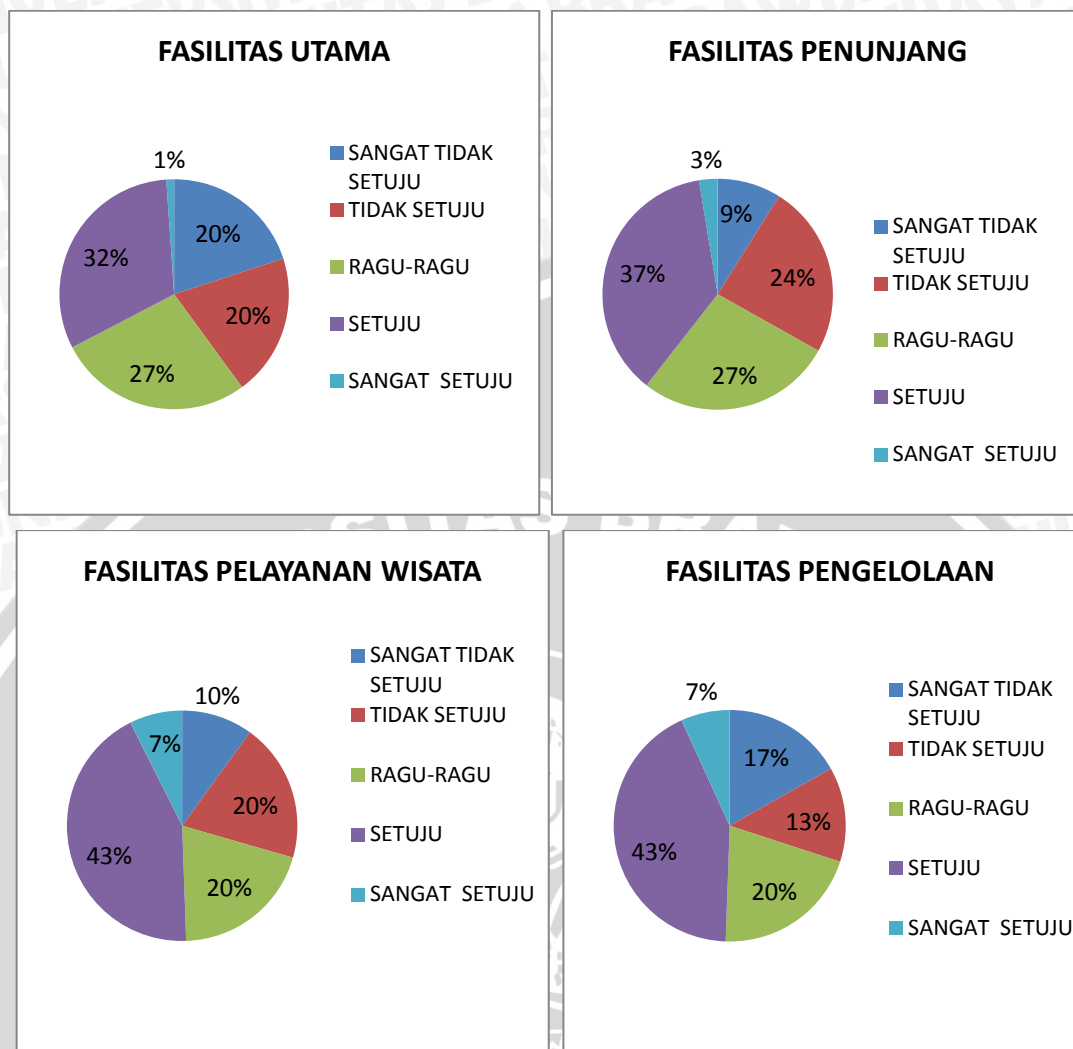


Gambar 4.47 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Atraksi

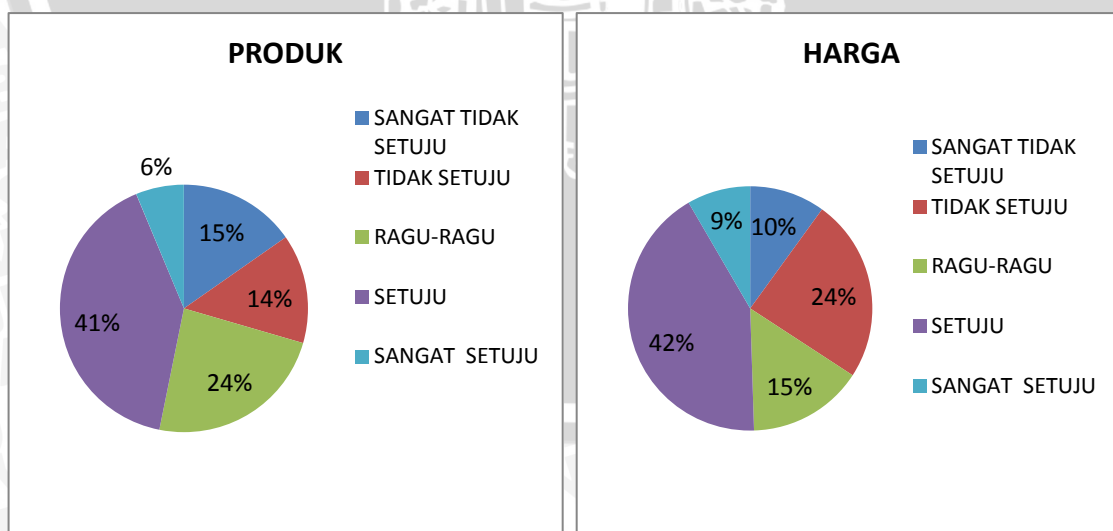
Berdasarkan gambaran persepsi wisatawan maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan setuju bahwa motivasi (44%) berwisata di Kabupaten Nganjuk sudah memadai serta atraksi (37%) wisata di Kabupaten Nganjuk sudah cukup menarik.

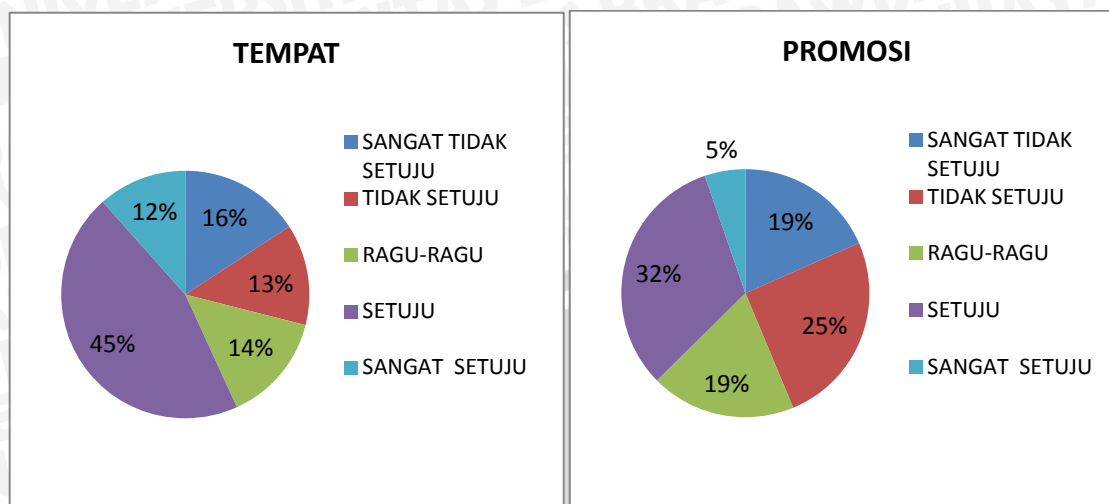
4.4.3 Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Fasilitas dan Bauran (Model SEM Tipe 2)

Variabel fasilitas memiliki sub variabel fasilitas utama, penunjang, pelayanan wisata, pengelolaan dan pelengkap sedangkan variabel bauran memiliki sub variabel produk, harga, tempat, dan promosi. Prosentase jawaban responden dapat pada gambar 4.48 dan 4.49.



Gambar 4.48 Grafik prosentase wisatawan terhadap variabel Fasilitas Pelayanan



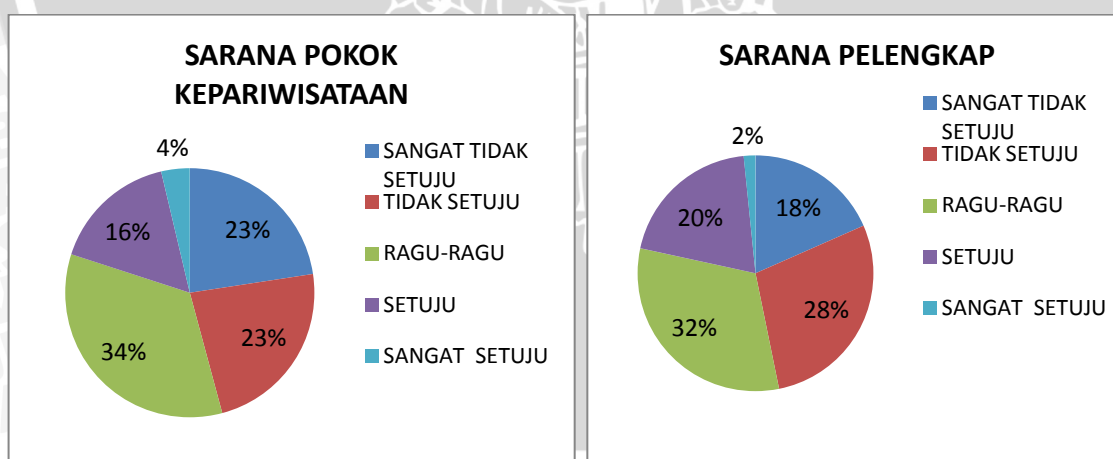


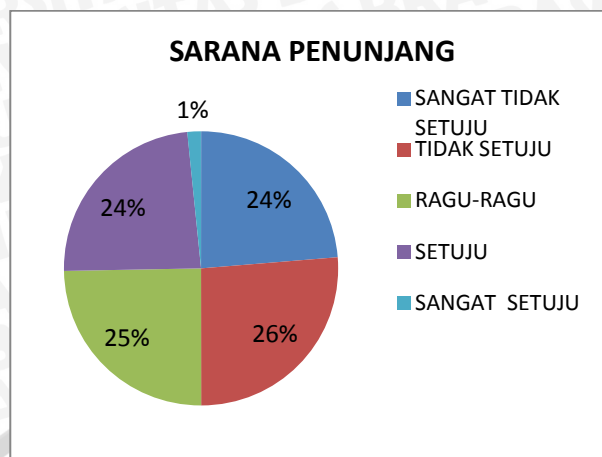
Gambar 4.49 Grafik prosentase wisatawan terhadap variabel Bauran Pemasaran

Berdasarkan analisis persepsi wisatawan dapat diketahui bahwa masyarakat cenderung memilih jawaban setuju jika Fasilitas pelayanan (39%) dan Bauran Pemasaran (40%) pariwisata di Kabupaten Nganjuk sudah berjalan baik.

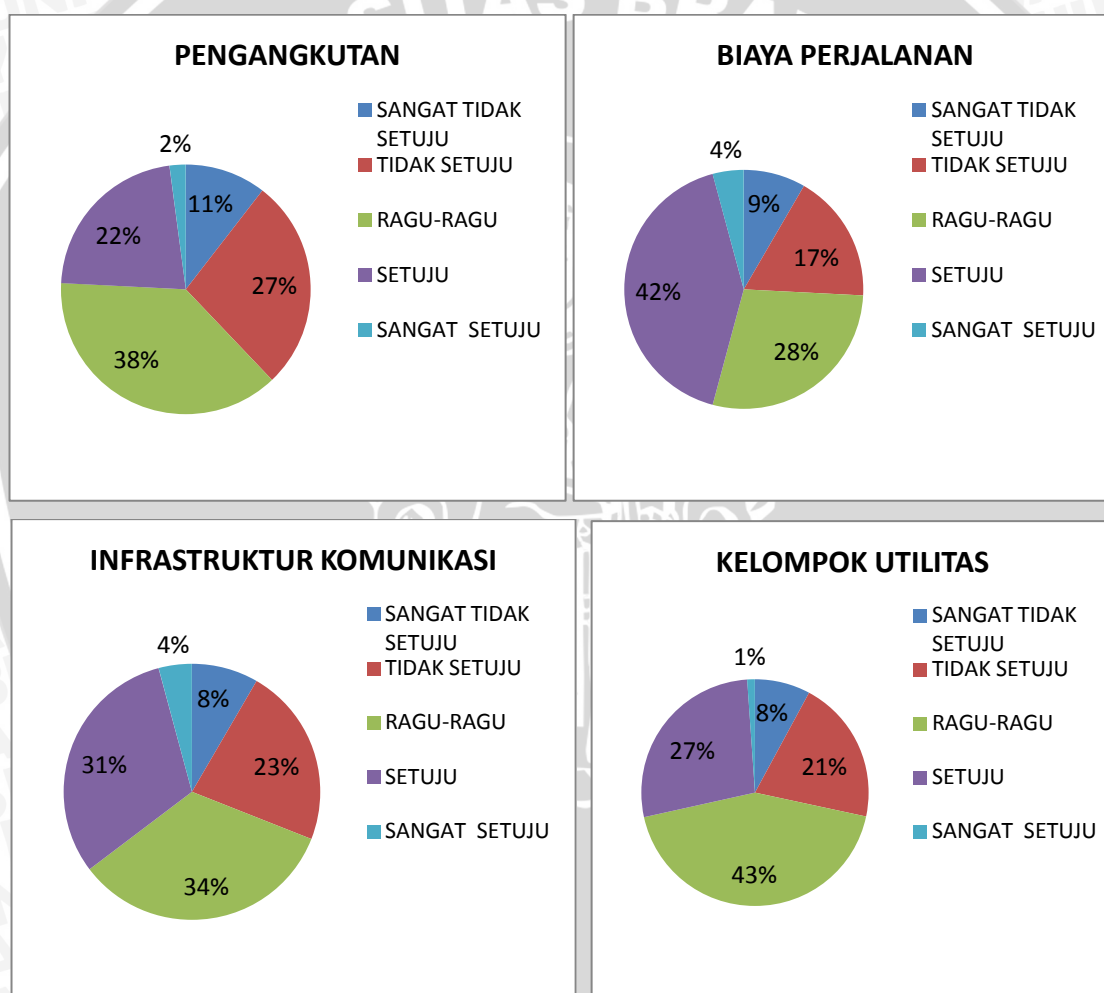
4.4.4 Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Sarana dan Infrastruktur A (Model SEM Tipe 3)

Variabel Sarana memiliki sub variabel sarana pokok, pelengkap dan penunjang sedangkan variabel infrastruktur A memiliki sub variabel Pengangkutan, biaya perjalanan, infrastruktur komunikasi dan kelompok utilitas. Prosentase jawaban responden dapat dilihat pada gambar 4.50 dan 4.51.





Gambar 4.50 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Sarana Kepariwisataaan

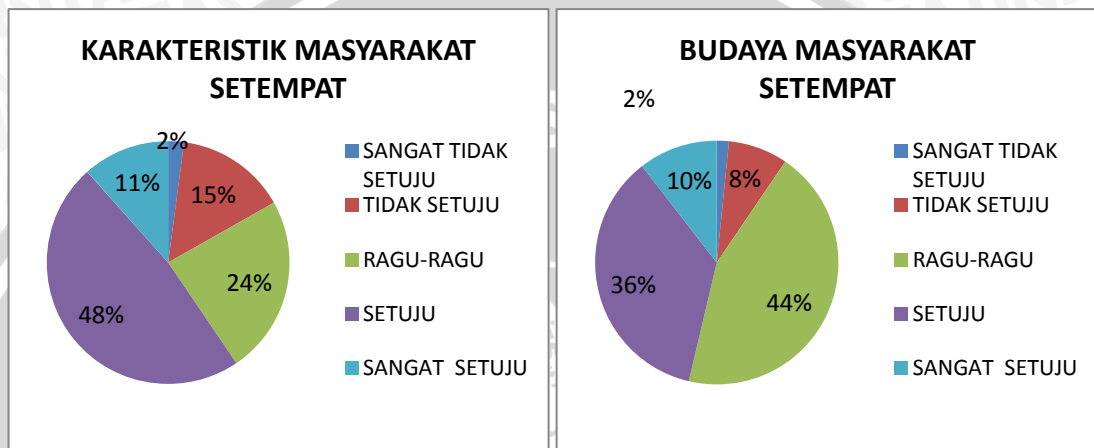


Gambar 4.51 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Infrastruktur A

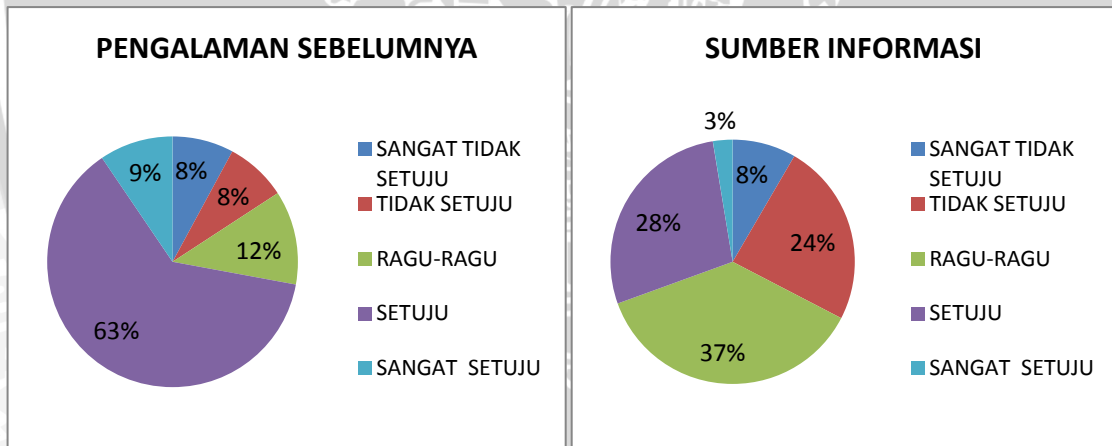
Berdasarkan analisis persepsi wisatawan dapat diketahui bahwa masyarakat cenderung memilih jawaban jika kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk sudah berjalan baik namun untuk variabel Sarana Kepariwisataaan (30%) dan Infrastruktur (35%) masyarakat cenderung menjawab ragu-ragu.

4.4.5 Persepsi Wisatawan Terhadap Variabel Masyarakat, Citra dan Infrastruktur B (Model SEM Tipe 4)

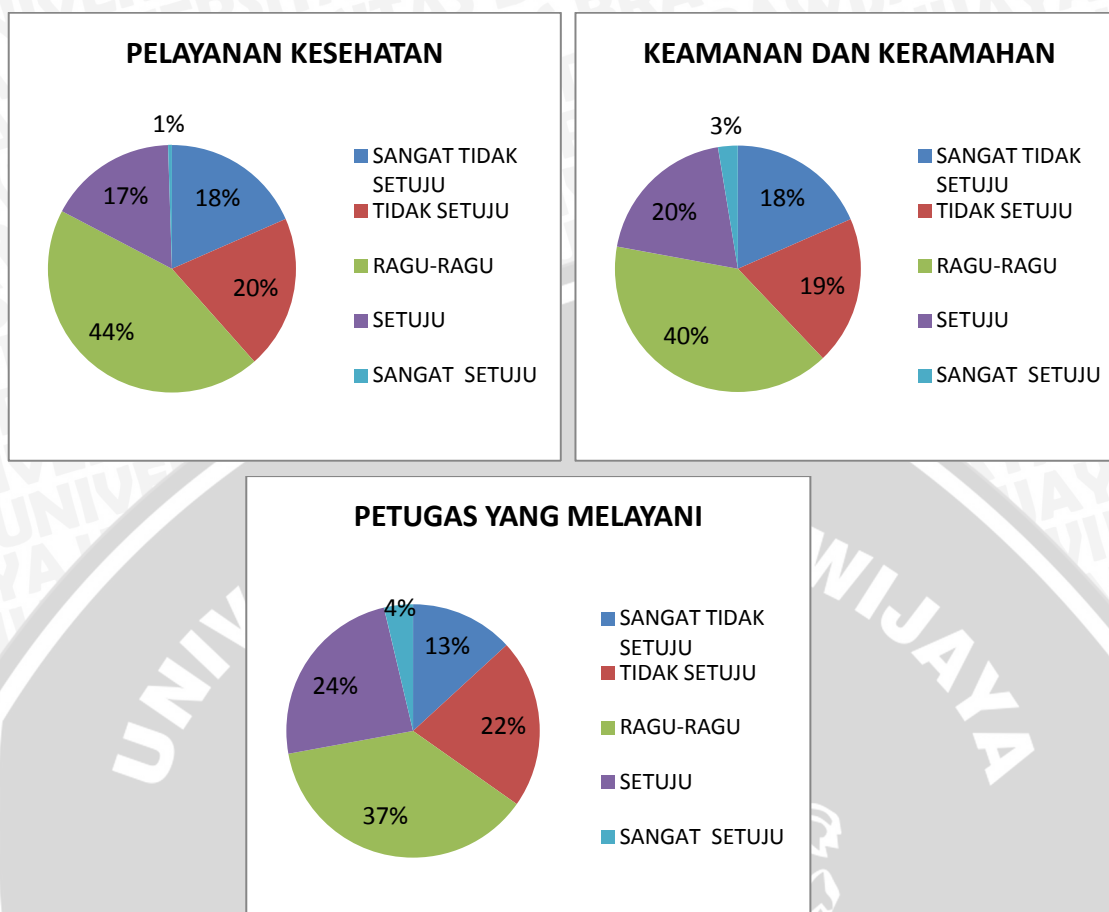
Variabel masyarakat memiliki sub variabel karakteristik masyarakat dan budaya masyarakat setempat sedangkan variabel citra memiliki sub variabel sumber informasi dan pengalaman sebelumnya. Variabel infrastruktur B memiliki sub variabel pelayanan kesehatan, keamanan dan keramahan, petugas yang melayani. Prosentase jawaban responden dapat dilihat pada gambar 4.52 sampai dengan 4.54.



Gambar 4.52 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Masyarakat



Gambar 4.53 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Citra



Gambar 4.54 Grafik Prosentase Wisatawan Terhadap Variabel Infrastruktur B

Berdasarkan analisis persepsi wisatawan dapat diketahui bahwa responden cenderung memilih jawaban setuju jika kebijakan, Citra (46%) dan Infrastruktur B (40%) pariwisata di Kabupaten Nganjuk sudah berjalan baik. Namun untuk variabel Masyarakat wisatawan cenderung menjawab ragu-ragu (42%).

4.5 Rekomendasi Terhadap Kebijakan

Berdasarkan hasil analisis kebijakan dan analisis *Structural Equational modelling* maka rekomendasi yang dapat diberikan kepada kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk yaitu

- Peningkatan indikator program bidang tata ruang melalui pembentukan kebijakan yang efektif, efisien, berkecukupan, merata, responsive, dan tepat sasaran serta melaksanakan tahapan perencanaan yang belum terlaksana yaitu *evaluating*.
- Pengembangan pasar dan prasarana serta peningkatan indikator pengelolaan lingkungan melalui perbaikan infrastruktur berupa

pengangkutan, biaya perjalanan, pembangunan infrastruktur komunikasi, kelompok utilitas, peningkatan pelayanan kesehatan, keamanan dan keramahan, serta petugas yang melayani. Sedangkan untuk pengembangan pasar dan investasi lebih diprioritaskan untuk pengembangan produk wisata serta ditunjang dengan promosi terhadap tempat wisata dan harga yang terjangkau. Tahapan perencanaan dapat dilanjutkan dengan melakukan tahapan *staffing, implementing* dan *evaluating*.

- c. Pengembangan produk wisata yang sesuai dengan motivasi wisatawan dengan melanjutkan tahapan *staffing, controlling, implementing* dan *evaluating*.
- d. Pengembangan kelembagaan dan sumber daya manusia melalui peningkatan kualitas masyarakat dengan tetap menunjukkan keramahan masyarakat sebagai ciri khas masyarakat setempat dan budaya masyarakat setempat serta melanjutkan tahapan perencanaan ke tahapan *staffing, implementing* dan *evaluating*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

A. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk yaitu

- a. Infrastruktur A (t-value 4.77, estimasi 0.70) dengan indikator pengangkutan, biaya perjalanan, infrastruktur komunikasi dan kelompok utilitas.

Kelompok utilitas memiliki pengaruh yang paling besar terhadap infrastruktur A dibandingkan dengan infrastruktur komunikasi, pengangkutan dan biaya perjalanan

- b. Motivasi (t-value 4.74, estimasi 1.22) dengan indikator motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi sosial dan motivasi fantasi

Motivasi sosial memiliki pengaruh paling besar terhadap motivasi wisatawan dibandingkan dengan motivasi fantasi, budaya dan fisik

- c. Masyarakat (t-value 4.72, estimasi 0.49) dengan indikator karakteristik masyarakat dan budaya masyarakat setempat.

Karakteristik masyarakat memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan budaya masyarakat

- d. Bauran pemasaran (t-value 2.57, estimasi 0.70) dengan indikator tempat, produk, promosi, dan harga

Tempat memiliki pengaruh yang paling besar terhadap bauran pemasaran dibandingkan dengan produk, promosi dan harga

- e. Infrastruktur B (t-values 2.17, estimasi 0.33) dengan indikatornya pelayanan kesehatan, keamanan dan keramahan dan petugas yang melayani. Pelayanan kesehatan, keamanan dan keramahan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap infrastruktur B dibandingkan petugas yang melayani

Sedangkan indikator yang digunakan pada variabel Kebijakan yaitu efisiensi, kecukupan, ketepatan, responsivitas dan pemerataan

B. Keterkaitan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk yaitu

- motivasi dengan faktor yang berpengaruh motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi sosial dan motivasi fantasi memiliki hubungan yang signifikan

dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 4,74. Namun atraksi dengan faktor yang berpengaruh keindahan alam, cuaca atau iklim, kebudayaan, keamanan, dan sumber daya manusia memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya -1,78. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi dan atraksi yang ditunjukkan dengan nilai t-values 29,58.

- bauran dengan faktor yang berpengaruh produk, tempat, harga dan promosi memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 2,57. Namun fasilitas dengan faktor yang berpengaruh fasilitas utama, fasilitas penunjang, fasilitas pelayanan wisata fasilitas pengelolaan dan fasilitas pelengkap memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya -0,10. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara fasilitas dan bauran yang ditunjukkan dengan nilai t-values 35,91.
- Infrastruktur A dengan faktor yang berpengaruh pengangkutan, biaya perjalanan, infrastruktur komunikasi dan kelompok utilitas memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 4,77. Namun sarana dengan faktor yang berpengaruh sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap dan sarana penunjang memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya -0,04. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara sarana dan infrastruktur A yang ditunjukkan dengan nilai t-values 19,74.
- masyarakat dengan faktor yang berpengaruh karakteristik masyarakat setempat dan budaya masyarakat setempat dan Infrastruktur B dengan faktor yang berpengaruh pelayanan kesehatan, keramahan dan keamanan dan petugas yang melayani memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai t-values yang lebih dari 1,96 yaitu 4,72 untuk masyarakat dan 2,17 untuk infrastruktur B. Namun citra dengan faktor yang berpengaruh sumber informasi dan pengalaman sebelumnya memiliki hubungan yang tidak cukup signifikan karena nilai t-values hanya 1,03. Namun terdapat hubungan yang signifikan antara masyarakat, citra dan infrastruktur B. Hubungan antara masyarakat dan citra ditunjukkan dengan nilai t-values sebesar 2,23. Hubungan antara masyarakat dan Infrastruktur B ditunjukkan

dengan nilai t-values sebesar 4,94. Hubungan antara citra dan infrastruktur B ditunjukkan dengan nilai t-values sebesar 13,36.

C. Berdasarkan hasil analisis *Structural Equation Modelling* dan analisis kebijakan maka dapat diperoleh rekomendasi yaitu;

- Peningkatan indikator program bidang tata ruang melalui pembentukan kebijakan yang efektif, efisien, berkecukupan, merata, responsive, dan tepat sasaran serta melaksanakan tahapan perencanaan yang belum terlaksana yaitu *evaluating*.
- Pengembangan pasar dan prasarana serta peningkatan indikator pengelolaan lingkungan melalui perbaikan infrastruktur berupa pengangkutan, biaya perjalanan, pembangunan infrastruktur komunikasi, kelompok utilitas, peningkatan pelayanan kesehatan, keamanan dan keramahan, serta petugas yang melayani. Sedangkan untuk pengembangan pasar dan investasi lebih diprioritaskan untuk pengembangan produk wisata serta ditunjang dengan promosi terhadap tempat wisata dan harga yang terjangkau. Tahapan perencanaan dapat dilanjutkan dengan melakukan tahapan *staffing, implementing* dan *evaluating*.
- Pengembangan produk wisata yang sesuai dengan motivasi wisatawan dengan melanjutkan tahapan *staffing, controlling, implementing* dan *evaluating*.
- Pengembangan kelembagaan dan sumber daya manusia melalui peningkatan kualitas masyarakat dengan tetap menunjukkan keramahan masyarakat sebagai ciri khas masyarakat setempat dan budaya masyarakat setempat serta melanjutkan tahapan perencanaan ke tahapan *staffing, implementing* dan *evaluating*.

5.2 Saran

5.2.1 Pemerintah

Pada pembuatan kebijakan pariwisata di Kabupaten Nganjuk perlu memperhatikan faktor-faktor yang telah teridentifikasi sehingga diharapkan kebijakan yang dibuat dapat tepat sasaran dan memberikan dampak yang baik terhadap perkembangan pariwisata di Kabupaten Nganjuk.

Pada ketiga lokasi wisata perlunya pembuatan masterplan agar pengembangan dan pengelolaan obyek wisata tersebut dapat tertangani dengan baik dan menghasilkan pendapatan yang signifikan bagi daerah.

5.2.2 Masyarakat

Dalam proses pengoptimalan potensi pariwisata di ketiga obyek wisata perlunya peran serta masyarakat dengan pemerintah dan swasta untuk memperkenalkan ketiga obyek wisata melalui pelestarian budaya dan karakteristik masyarakat sekitar yang khas sehingga akan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi ketiga obyek wisata. Selain pembentukan citra masyarakat setempat yang bagus juga berperan penting dalam pengembangan ketiga obyek wisata.

5.2.3 Akademisi dan penelitian lanjutan

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa model struktural belum bisa menghasilkan *goodness of fit* yang sempurna. Salah satu penyebabnya diduga karena kurangnya konsistensi jawaban responden dalam sampel yang dipergunakan dalam penelitian. Namun demikian, secara keseluruhan penelitian telah dapat membuktikan dan menjawab rumusan masalah penelitian. Dengan demikian, catatan penting dalam penelitian persepsi sejenis ini dapat disarankannya untuk dilakukannya terlebih dahulu uji konsistensi dari respon responden dalam isian kuesioner yang diajukan sebelum dimasukkan dalam input simulasi permodelan.

Dalam penggunaan *software* Lisrel 8.8 terdapat keterbatasan dalam jumlah variabel yang dapat di estimasi sehingga untuk penelitian lanjutan diharapkan dapat mengakomodir kekurangan tersebut. Selain itu *software* lain yang dapat digunakan yaitu Amos. Namun yang perlu diperhatikan dalam penggunaan Amos adalah adanya syarat minimal sampel yang jumlahnya lebih banyak dari Lisrel 8.8 untuk jumlah variabel tertentu sehingga penggunaan kedua *software* perlu memperhatikan jumlah variabel, metode estimasi dan jumlah sampel.

Pada masa mendatang kiranya akan sangat menarik untuk melanjutkan kegiatan penelitian yang masih berfokus pada tahap evaluasi ini dengan kegiatan penelitian yang menfokuskan pada tahap preskriptif. Suatu dimana hasil analisis evaluatif akan dibawa kepada tahap impementasi penyusunan konsep dan rencana kebijakan untuk peningkatan kegiatan pariwisata yang mampu meningkatkan pendapatan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah Kabupaten Nganjuk. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Nganjuk Tahun 2007-2027

Dunn, William H., (2000), *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*, Edisi Kedua. Gajah Mada University Press, Yogyakarta

I Gede Pitana & Putu Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta. Andi

Morrison, Alastair. 2002. *Hospitality And Travel Marketing Biston*, Delmas Publisher Inc.

Qadarrochman, Nasrul . 2010. *Analisis Penerimaan Daerah Dari Sektor Pariwisata Di Kota Semarang Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Semarang. Hal 79-81

Siagian, S. 1988. *Teori dan Praktek Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Haji Masagung

Sitohang, Ranto. 2008. *Promosi Kepariwisata dan Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan*. Medan

Sugiyono .2010. *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.

Suradnya, I Made. 2005. *Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata Bali Dan Implikasinya Terhadap Perencanaan Pariwisata Daerah Bali*. Bali. hal 1-10

Wijayanto, S.H, (2008). *Konsep Dan Tutorial Structural Equation Modelling Dengan Lisrel 8.8*. Graha Ilmu, Yogyakarta

Yoeti, Oka A. 1992, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Penerbit Angkasa, Bandung

Yoeti, Oka A. Edisi Revisi 1996, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Penerbit Angkasa, Bandung



PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK – UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. Mayjen Haryono 167 Malang 65145 – Telp. (0341) 567886 ; Fax. (0341) 551430

- Kuisioner ini ditujukan untuk penulisan Tugas Akhir pada Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya. Studi ini dilakukan sebagai masukan dalam penelitian mengenai Kajian Faktor-Faktor Penentu Kebijakan Terkait Pariwisata di Kabupaten Nganjuk.
- Maksud penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan terkait pariwisata di Kabupaten Nganjuk.
- Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuisioner ini dengan kesungguhan hati. Terima Kasih.

Hormat Saya,
LUPI HARISANTI
(NIM. 0910660052)

FAKTOR-FAKTOR KEBIJAKAN PARIWISATA

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda silang (X) pada kotak yang telah disediakan.

Keterangan

STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

R = Ragu-Ragu

No	Variabel	Sub Variabel	Persepsi	STS	TS	R	S	SS
1	KEBIJAKAN PARIWISATA	Efektivitas	Saya Merasa Kebijakan Pariwisata Sudah Efektif Mengembangkan Potensi Wisata					
		Efisiensi	“Saya Merasa Kebijakan Pariwisata Sudah Efisien Mengembangkan Potensi Wisata”					
		Kecukupan	“Saya Merasa Kebijakan Pariwisata Sudah Cukup Berhasil Mengembangkan Potensi Wisata”					
		Pemerataan	“Saya Merasa Pendapatan Dari Sector Pariwisata					



PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK – UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. Mayjen Haryono 167 Malang 65145 – Telp. (0341) 567886 ; Fax. (0341) 551430

No	Variabel	Sub Variabel	Persepsi	STS	TS	R	S	SS
			Sudah Merata Manfaatnya”					
		Responsivitas	“Saya Merasa Kebijakan Pariwisata Tidak Merugikan Kelompok Manapun”					
		Ketepatan	“Saya Merasa Kebijakan Pariwisata Sudah Dapat Mencapai Tujuannya Yaitu Peningkatan Pendapatan Dari Pariwisata”					
2	MOTIVASI	Motivasi fisik	“Saya Merasa Motivasi Untuk Meningkatkan Kondisi Fisik Saya Sudah Terpenuhi”					
		Motivasi budaya	“Saya Merasa Motivasi Saya Untuk Meningkatkan Pengetahuan Budaya Daerah Sudah Terpenuhi”					
		Motivasi social	“Saya Merasa Motivasi Saya Untuk Melakukan Aktivitas Sosial Sudah Terpenuhi”					
		Motivasi fantasi	“Saya Merasa Motivasi Melepaskan Kepenatan Saya Sudah Terpenuhi”					
3	MASYARAKAT /LINGKUNGAN	Karakteristik masyarakat setempat	“Saya Merasa Karakteristik Masyarakat Setempat Sudah Cukup Ramah “					
4	ATRAKSI	Keindahan alam	“Saya Merasa Keindahan Alam Di Sini Sudah Cukup Menarik”					
		Cuaca/iklim	“Saya Merasa Cuaca/Iklim Di Sini Sudah Cukup Nyaman”					
		Kebudayaan	“Saya Merasa Kebudayaan Di Sini Sudah Cukup Menarik”					
		Keamanan	“Saya Merasa Keamanan Di Sini Sudah Cukup Terjamin”					
		Sumberdaya manusia	“Saya Merasa Sumber Daya Manusia Di Sini Sudah Cukup Berkualitas”					
	CITRA/IMAGE	Pengalaman sebelumnya	Saya Merasa Pengalaman Sebelumnya Di Obyek Wisata Ini Cukup Menyenangkan					
		Sumber informasi	Saya Merasa Sumber Informasi Mengenai Tempat					



PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK – UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. Mayjen Haryono 167 Malang 65145 – Telp. (0341) 567886 ; Fax. (0341) 551430

No	Variabel	Sub Variabel	Persepsi	STS	TS	R	S	SS
	SARANA		Wisata Ini Sudah Cukup Memadai					
		Sarana pokok kepariwisataan	“Saya Merasa Sarana Pokok Kepariwisataa (Travel Agent ,Angkutan Wisata, Hotel, Dan Restoran Dan Rumah Makan) Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Sarana pelengkap kepariwisataan	“Saya Merasa Sarana Pelengkap Kepariwisataa (Sarana Olahraga, Playground Dan Alin Sebagainya) Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Sarana penunjang kepariwisataan	“Saya Merasa Sarana Penunjang Kepariwisataa (Night Club Dan Steambath, Casino Dan Entertainment, Souvenir Shop Dan Lain-Lain) Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
5	INFRASTRUKTUR	pengangkutan	“Saya Merasa Sarana Pengangkutan Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Biaya perjalanan	“Saya Merasa Biaya Perjalanan Di Sini Sudah Cukupsesuai”					
		Infrasturktur Komunikasi	“Saya Merasa Petugas Yang Melayani (Government Apparatus) Di Sini Sudah Cukup Berkualitas”					
		Kelompok utilitas	“Saya Merasa Utilitas Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		pelayanan kesehatan	“Saya Merasa Pelayanan Kesehatan Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Keamanan (safety) dan keramahan (hospitality)	“Saya Merasa Keamanan(Safety) Dan Keramahan (Hospitality) Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Petugas yang melayani (government apparatus)	“Saya Merasa Infrastruktur Komunikasi Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		pengangkutan	“Saya Merasa Sarana Pengangkutan Di Sini Sudah Cukup Memadai”					



PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK – UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Jl. Mayjen Haryono 167 Malang 65145 – Telp. (0341) 567886 ; Fax. (0341) 551430

No	Variabel	Sub Variabel	Persepsi	STS	TS	R	S	SS
6	FASILITAS PELAYANAN	Fasilitas utama	“Saya Merasa Fasilitas Utama (Kolam Renang Dan Lain Lain) Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Fasilitas penunjang	“Saya Merasa Fasilitas Penunjang (Toilet Dan Gazebo Atau Shelter) Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Fasilitas pelayanan wisata	“Saya Merasa Fasilitas Pelayanan Wisata (Fasilitas Peribadatan, Area Parkir Dan Warung-Warung Makanan) Di Sini Sudah					
		Fasilitas Pengelolaan	“Saya Merasa Fasilitas Pelengkap (Panggung Hiburan)Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
		Fasilitas pelengkap	“Saya Merasa Fasilitas Pengelolaan (Loket, Pos Informasi Dan Kantor Pengelola) Di Sini Sudah Cukup Memadai”					
7	BAURAN PEMASARAN	Produk	“Saya Merasa Produk Wisata Di Sini Sudah Cukup Menarik ”					
		Harga (price)	Saya Merasa Harga wisata Di Sini Sudah Cukup Sesuai”					
		Tempat (place)	“Saya Merasa Tempat Wisata Di Sini Sudah Cukup Menarik ”					
		Promosi (promotion)	“Saya Merasa Promosi Wisata Di Sini Sudah Cukup Baik ”					

ANALISIS KEBIJAKAN

Tabel Indikasi Program Tata Ruang

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahap Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
Pengembangan SISTEM KERUANGAN WISATA TERPADU melalui pembentukan Kawasan Pengembangan Pariwisata dengan tema-khusus	Pengembangan Kawasan Pariwisata sesuai dengan KPP yaitu: 1. KPP 1 ; 2. KPP 2 ; 3. KPP 3	Penyusunan arahan pengembangan tiap KPP meliputi: 1. Cakupan ODTW 2. Tema Pengembangan 3. Skala Prioritas 4. Pengembangan atraksi 5. Pengembangan Fasilitas Wisata (Amenitas) 6. Aksesibilitas 7. Manajemen Tata Ruang Sosialisasi Arahan pengembangan tiap KPP kepada dinas-dinas terkait, legislator, investor (pelaku bisnis) dan masyarakat	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam masyarakat	Dapat dipahaminya dokumen RIPPDA arahan pengembangannya oleh instansi terkait						
	Pengembangan kualitas koridor sirkulasi internal yang menghubungkan KPP	Identifikasi sistem transportasi saat ini untuk mengetahui masalah, kendala dan hambatan serta prioritas program pengembangannya	Tahapan rencana berhenti pada tahap <i>directing</i> (pengarahan) tanpa adanya keterlibatan masyarakat	Tersosialisasinya KPP oleh pihak-pihak terkait sebagai pedoman untuk pengembangan tata ruang pariwisata						
	optimalisasi gerbang utama untuk menjaring wisatawan dari luar kabupaten	pembentukan dan operasionalisasi pusat informasi pariwisata (Tourism Information Center)	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahap implementasi namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam masyarakat	Teridentifikasi permasalahan dalam sistem transportasi serta tersusun nya agenda perbaikan dan penambahan						
Pengembangan FASILITAS LAYANAN WISATA TERPADU dalam rangka pembentukan simpul-simpul pusat pelayanan skala regional dan lokal	penetapan pusat-pusat pelayanan pada tiap zona pengembangan.	penyediaan fasilitas umum yang memadai pada kota kecamatan yang menjadi pusat pelayanan pada masing-masing KPP. Kota ini merupakan simpul pusat pelayanan baik skala regional maupun lokal. Fasilitas yang minimal perlu disediakan adalah: 1. Fasilitas akomodasi (di KPP 2) 2. Fasilitas Perdagangan 3. Fasilitas	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahap implementasi namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam masyarakat	tersedianya fasilitas umum yang mencukupi sesuai dengan standar kenyamanan di obyek wisata unggulan di kota lain Pulau Jawa, dan klasifikasi yang berlaku secara nasional						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahap Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
Mengembangkan Kepariwisata Kabupaten melalui pengembangan dan peran OBJEK WISATA UNGGULAN sebagai sumbu atau poros pengembangan dan objek potensial sebagai jaring pengembangan	Perencanaan pengembangan tematik produk wisata	Peribadatan 4. Fasilitasial Budaya 5. Fasilitas Kesehatan								
		perencanaan pengembangan produk wisata di KPP I dengan tema wisata alam dan konservasi	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahap implentasi namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam masyarakat	tersusunya RIPOW dan DED Obyek Wisata Unggulan di Kabupaten Nganjuk						
		perencanaan pengembangan produk wisata di KPP II dengan tema buatan, rekreatif dan wisata belanja		tersusunya RIPOW dan DED Obyek Wisata Unggulan di Kabupaten Nganjuk						
		Perencanaan pengembangan produk wisata di KPP III dengan tema alam dan budaya		tersusunya RIPOW dan DED Obyek Wisata Unggulan di Kabupaten Nganjuk						

Tabel Indikasi Program Produk Wisata

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahap Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
PENGEMBANGAN PRODUK PARIWISATA TEMATIK	Rencana Pengembangan Tematik Produk Wisata	Pengembangan termatik produk wisata dalam setiap KPP yaitu: 1. Pengembangan produk dalam Satu Kesatuan Tema Pengembangan Wisata "Alam dan Konservasi" 2. Pengembangan Produk dalam Satu kesatuan Tema Pengembangan Wisata "Buatan, Rekreatif dan Belanja" 3. Pengembangan Produk Wisata dalam Satu Kesatuan Tema Pengembangan Wisata "Alam dan Budaya"	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahapan implementasi namun tidak terdapat keterlibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	Tersusunnya paket wisata dan jalur kunjung wisatawan						
	PENGEMBANGAN PRODUK KEPARIWISATAAN MENGACU PADA PENDEKATAN KORIDOR WISATA TERPADU LINTAS	pengembangan jaring-jaring kunjungan wisatawan melalui kerjasama pengembangan produk wisata terpadu	pengembangan jalur paket wisata lintas batas wilayah	Tahapan rencana hingga tahap direting tanpa ada keterlibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan	Berkembangnya jalur paket wisata lintas batas wilayah, dengan Madiun dan Ponorogo, yang bertujuan agar Kabupaten Nganjuk					

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahap Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
BATAS WILAYAH (BORDELESS TOURISM).		sosialisasi jalur paket wisata lintas batas wilayah pada pihak terkait mulai dari instansi pemerintah, BPW, wisatawan sampai masyarakat sekitar ODTW serta pengembangan kerjasama yang akan dilaksanakan Pelaksanaan rencana jalur paket wisata lintas batas wilayah	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahapan implementasi termasuk melibatkan masyarakat dalam tahapan rencana tidak terdapat control dan peran serta masyarakat dalam tahapan rencana dimana seharusnya sebelum mencapai implementasi rencana terjadi tahap <i>controlling</i>	menjadi salah satu destinasi wisata yang termasuk dalam jalur kunjungan wisatawan 1. tersosialisasinya jalur paket wisata lintas batas wilayah pada pihak-pihak terkait 2. Adanya komitmen antar pihak dalam pengembangan jalur paket wisata lintas batas wilayah 3. Dilaksanakannya jalur paket wisata lintas batas wilayah 4. Meningkatnya arus kunjungan wisatawan adanya kerjasama dengan daerah lain yaitu provinsi maupun kabupaten/kota di sekitarnya dalam pengembangan jalur dan koridor wisata terpadu lintas regional						
	Kerjasama pengembangan jalur dan koridor wisata terpadu lintas regional, mencakup: pengembangan fasilitas akomodasi & penunjang wisata, simpul-simpul transit serta infrastruktur di sepanjang jalur dan koridor utama wisata	Membangun kerjasama dengan daerah lain yaitu provinsi maupun kabupaten/kota di sekitar Nganjuk serta serta daerah-daerah yang menjadi gerbang masuk wisatawan mancanegara dalam pengembangan koridor wisata	Dalam tahap perencanaan hingga tahap <i>directing</i>, tidak terjadi pelibatan masyarakat							
PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN KABUPATEN NGANJUK BERBASIS WISATA ALAM DAN WISATA BUDAYA MELALUI PENGEMBANGAN PAKET-PAKET WISATA YANG KREATIF DAN INOVATIF	Rencana Pengembangan Paket Wisata Terpadu Kabupaten Nganjuk	Pengembangan produk wisata (alam dan buatan) sebagai produk utama serta produk wisata buatan sebagai pendukungnya dalam lingkup Kabupaten Nganjuk sosialisasi jalur paket wisata lintas batas wilayah pada pihak terkait mulai dari instansi pemerintah, BPW, wisatawan sampai masyarakat sekitar ODTW serta pengembangan kerjasama yang	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahapan <i>controlling</i> namun tidak melibatkan masyarakat dalam tahapan rencana tahapan rencana telah sesuai dengan urutan tahapan rencana hingga tahap <i>controlling</i>	1. tersosialisasinya jalur paket wisata lintas batas wilayah pada pihak-pihak terkait 2. Adanya komitmen antar pihak dalam pengembangan jalur paket wisata terpadu 3. Dilaksanakannya jalur paket wisata terpadu 4. Meningkatnya lama						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahap Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
		akan dilaksanakan Pelaksanaan rencana jalur paket wisata secara terpadu	Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga tahapan implementasi namun tidak melibatkan masyarakat dalam tahapan rencana	kunjungan wisatawan						
Amenitas										
PENGEMBANGAN FASILITAS PENUNJANG WISATA UNTUK SKALA PUSAT PELAYANAN DAN ODTW UNGGULAN	Pengembangan Fasilitas akomodasi .	Perencanaan pengembangan dan pembangunan sarana akomodasi bagi wisatawan pada beberapa kawasan potensial dikunjungi		Tersediaaanya sarana akomodasi yang representativ						
	Pengembangan Faslitas Rumah makan	Perencanaan pengembangan dan pembangunan sarana dan rumah makan menu Indonesia, internasional, lokal menuju wisata kuliner Nganjuk		tersedianya sarana akomodasi yang representative dan standar menu						
	Pengembangan Fasilitas Informasi Wisata	Pendirian berbagai fasilitas informasi wisata yang ditaruh pada beberapa titik strategis	Tahapan rencana telah mencapai tahapan directing tanpa ada peran masyarakat dalam tahapan rencana	tersedianya sarana dan informasi wisata yang lengkap						
	pengembangan falitas Telekomunikasi	Pendirian berbagai fasilitas informasi wisata yang ditaruh pada beberapa titik strategis		Tersedianya sarana komunikasi publik						
	perembngan ya fasilitas Penjualan Cinderamata	pendirian berbagai fasilitas pada beberapa titik		Tersedianya kios/pusat cenderamata						
	Pengembangan fasilitas penukaran uang	Pendirian berbagai fasilitas kios penukaran uang di beberapa titik strategis		Berdirinya beberapa <i>money changer</i>						
Aksesibilitas dan Infrastruktur	Pengembangan fasilitas jasa pengatur perjalanan wisata	Pendirian BPW		Berdirinya beberapa BPW di Kabupaten Nganjuk						
	PENGEMBANGAN SISTEM DAN JARINGAN AKSESIBILITAS YANG HANDAL ANTAR WILAYAH	pembuatan papan petunjuk menuju ODTW di sepanjang koridor utama penghubung antar zona peningkatan kualitas dan kenyamanan angkutan darat khususnya pada jalur/poros atar zona serta pembuatan rute angkutan baru	Tahapan rencana telah mencapai tahapan <i>controlling</i> tanpa ada peran masyarakat dalam tahapan rencana	meningkatkan kualitas dan kenyamanan angkutan darat meliputi: jumlah, usia, kondisi fisik, dan fasilitas moda angkutan darat						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahap Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
PENGEMBANGAN SISTEM UTILITAS DAN INFRASTRUKTUR KAWASAN WISATA	Peningkatan kenyamanan perjalanan wisata	peningkatan kualitas dan kenyamanan angkutan darat serta penambahan moda transportasi baru		Adanya gerbang wisata yang tidak hanya pintu masuk kabupaten namun juga menyediakan berbagai informasi dan kebutuhan dalam perjalanan wisata meningkatkan kualitas fisik meliputi: Kapasitas, kebersihan, keamanan						
		pengembangan fasilitas gerbang wisata di lokasi strategis								
		Pengembangan dan peningkatan kualitas fisik fasilitas transfer inter moda/ terminal-terminal angkutan darat								
PENGEMBANGAN SISTEM UTILITAS DAN INFRASTRUKTUR KAWASAN WISATA	Penyediaan Utilitas dan Infrastruktur untuk memudahkan dan kenyamanan wisatawan	Pengadaan air bersih dan kamar mandi di ODTW unggulan KPP 1,2, dan 3		Tersediannya utilitas dan infrastruktur kawasan wisata yang dapat berfungsi dengan baik dan kapasitasnya sesuai dengan kebutuhan.						
		Pengadaan listrik menuju dan di ODTW yang akan dikembangkan (diantaranya: Agrowisata Ganter, Watu Lumbung, Goa Margo Tresno)		Terciptanya kebersihan lingkungan untuk mewujudkan kenyamanan di ODTW;						
		Perencanaan dan pengembangan sistem dan jaringan persampahan di ODTW unggulan	Tahapan rencana mencapai tahapan implementasi tanpa ada keterlibatan peran masyarakat dalam tahap perencanaan	Terciptanya jaringan drainase yang tertata dan terwujudnya kelancaran sistem drainase						
PENGEMBANGAN SISTEM UTILITAS DAN INFRASTRUKTUR KAWASAN WISATA	Perencanaan dan pengembangan sistem dan jaringan drainase di ODTW unggulan									

Tabel Indikasi Program Pengembangan Pasar Dan Pemasaran

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
PENGEMBANGAN POSITIONING DENGAN MELIHAT	diversifikasi serta penciptaan produk-produk baru bernuansa rekreatif	Studi analisis pasar wisatawan, Analisis karakteristik dan belanja	Tahapan rencana telah sesuai tahapan hingga pada tahap <i>organizing</i>	Adanya diversifikasi produk pada kawasan-kawasan wisata/ODTW, Terciptanya						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
PADA KARAKTER PRODUK DAN PROFIL WISATAWAN	dan massal yang berbasis pada jenis wisata alam dan budaya, dan dipasarkan pada segmen yang tepat	wisatawan		produk-produk baru, Tersusunnya studi analisis pasar wisatawan nusantara dan mancanegara						
PENGEMBANGAN POSITIONING YANG DIARAHKAN PADA TEMA "ALAM, BUDAYA DAN BUATAN"	Pengemasan objek-objek bertema heritage/living culture	penyelenggaraan event, pameran, expo, festival	Pada tahapan rencana hingga tahap implementasi tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	Dikenalnya produk pada kawasan-kawasan wisata; Meningkatnya lama tinggal wisatawan						
	Penciptaan slogan/branding untuk pariwisata Kabupaten Nganjuk	Pengembangan <i>brand image</i> bagi Kabupaten Nganjuk. Ada beberapa cara antara lain: 1. Lomba penciptaan logo dan <i>brand nam</i> ; 2. Diskusi terbatas antara pemerintah/dinas terkait dengan akademisi, pelaku pariwisata dan masyarakat; sosialisasi brand name citra daerah tujuan wisata (<i>destination image</i>)	Pada tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap implementasi tidak terjadi tahapan <i>controlling</i> dalam perencanaan	Terciptanya <i>brand name</i> citra daerah tujuan wisata (<i>destination image</i>) Kabupaten Nganjuk						
			Pada tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>directing</i>	Tersosialisasinya brand name citra daerah tujuan wisata (<i>destination image</i>) Kabupaten Nganjuk						
PENGEMBANGAN ALAT PROMOSI CETAK (BROSUR LEAFLET OBJEK WISATA, BUKU SAKU OBYEK WISATA)	Reformulasi format dan materi alat-alat promosi pariwisata dalam bentuk cetak (<i>hard copy</i>) yang difokuskan pada penguatan positioning serta kebutuhan informasi wisatawan	Pengembangan Materi Promosi Cetak (Printed material) brosur, leaflet, peta wisata, buku saku wisata, baliho, CD promosi, televisi, iklan koran, majalah, pariwisata Kabupaten Nganjuk untuk segmen wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara	Pada tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap implementasi tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam perencanaan	Tercetaknya alat promosi cetak sesuai dengan: Informasi terkini; segmen wisatawan yang akan diraih						
PENGEMBANGAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK ALAT PROMOSI PENGEMBANGAN	Reformulasi format promosi kepariwisataan Kabupaten melalui media internet	Pengembangan <i>Source Site</i> (situs web induk) pariwisata Kabupaten Nganjuk	Pada tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap evaluasi tidak terjadi tahapan <i>controlling</i> dalam perencanaan	Terbangun dan dapat diakses oleh umum <i>web site</i> pariwisata Kabupaten Nganjuk yang informatif selalu up to date						
	Kerjasama promosi dan	Perencanaan dan	Pada tahapan rencana tidak	Adanya kerjasama lintas						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
PUSAT INFORMASI PARIWISATA PADA LOKASI STRATEGIS	pemaketan wisata dengan daerah tujuan wisata di sekitarnya	pengembangan kerjasama promosi serta pembuatan paket wisata lintas regional Perencanaan dan pengembangan kerjasama promosi serta pembuatan paket wisata lintas regional dengan biro perjalanan wisata (BPW) baik nasional maupun internasional	terjadi pelibatan masyarakat dan tahapan <i>controlling</i> Pada tahapan rencana tidak terjadi pelibatan masyarakat dan tahapan <i>controlling</i>	daerah dalam promisi wisata adanya kerjasama dengan BPW nasional maupun internasional dalam pengembangan dan pelaksanaan paket wisata lintas regioanl						
PERLUASAN JARINGAN PROMOSI PADA DAERAH (KOTA) YANG MENJADI PINTU MASUK WISATAWAN MANCANEGERA	Pengembangan sistem informasi wisata bersama lintas kabupaten/kota sebagai tempat <i>entry point</i> Wisma	Perencanaan dan pengembangan sistem informasi wisata lintas kabupaten/kota dan provinsi serta perluasan jalur distribusi promisi Mengikuti pameran wisata nasional ataupun lokal, pasar wisata, table top, pameran internasional baik atas nama kabupaten maupun kerjasama dengan provinsi atau departemen	Pada tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap implementasi tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam perencanaan Tidak terdapat sisem kontrol serta pelibatan masyarakat dalam tahapan rencana	Berkembangnya sistem informasi wisata lintas kabupaten/kota dan provinsi serta perluasan jalur distribusi promosi Dikenalnya Nganjuk sebagai destinasi wisata yang cukup potensial dan dapat bersaing dengan destinasi lain di Indonesia dan dunia						
PERLUASAN JARINGAN PROMOSI DENGAN MENGIKUTI PAMERAN WISATA NASIONAL MAUPUN INTERNASIONAL										

Tabel Indikasi Program Investasi

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
PENGEMBANGAN INVESTASI SARANA DAN PRASARANA PUBLIK PADA LOKASI DAN JALUR PRIORITAS SESUAI DENGAN	Mendorong rencana penyusunan investasi sarana dan prasarana publik yang jelas dan terukur secara partisipatif dalam konteks kepentingan masyarakat lokal dan pengembangan pariwisata	Melaksanakan jajak kebutuhan secara partisipatif tentang sarana dan prasarana publik pada lokasi-lokasi ODTW	Tahapan rencana telah sesuai dengan urusan hingga tahap <i>controlling</i>	Tersusunnya daftar kebutuhan sarana dan prasarana publik pada lokasi ODTW						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
KEBUTUHAN	Mendorong kesepakatan bersama rencana investasi antar dinas/lembaga terkait bersama masyarakat dan swasta	Melaksanakan lokalkarya/sarahsehan yang melibatkan semua stakeholder dalam rangka mendorong terciptanya kesepakatan rencana investasi baik sektor wisata maupun publik di sekitar ODTW	Tahapan rencana telah sesuai dengan ururan hingga tahap <i>controlling</i>	Tersosialisasikannya: 1. Kesepakatan bersama dalam bidang investasi 2. Mekanisme pemeliharaan dan kontrol investasi						
	Membangun mekanisme pemeliharaan investasi yang jelas dan melibatkan masyarakat setempat demi keberlanjutan hasil investasi sarana dan prasarana publik	Menyusun rencana investasi sarana dan prasarana publik melalui musyawarah pembangunan desa secara partisipatif pada wilayah-wilayah dimana ODTW berada	Tahapan rencana telah sesuai dengan ururan hingga tahap <i>directing</i>							
	Membangun mekanisme kontrol oleh semua pihak yang sehat atas implementasi investasi sarana dan prasarana publik tersebut	Melaksanakan lokalkarya pembahasan aturan main penanaman modal	Tahapan rencana telah sesuai dengan ururan hingga tahap <i>controlling</i>							
	Mendorong keterlibatan pemerintahan lokal/masyarakat setempat untuk perencanaan implementasi fisik sarana dan prasarana publik	Membangun komitmen masyarakat lokal desa dalam bidang investasi prasarana publik skala desa/lokal pada lokasi-lokasi ODTW	Tahapan rencana telah sesuai dengan ururan hingga tahap <i>controlling</i>	Terbangunnya komitmen masyarakat dalam bidang investasi prasarana publik skala desa/lokal pada lokasi-lokasi ODTW						
		Menyusun prioritas program investasi sarana dan prasarana publik skala desa/lokal pada lokasi-lokasi ODTW	Dalam tahapan rencana tidak ada keterlibatan masyarakat	Tersusunnya prioritas program investasi sarana dan prasarana publik skala desa/lokal pada lokasi-lokasi ODTW						
	Mengalokasikan dana-dana stimulan dalam setiap tahun anggaran bagi inveatsi sarana-prasarana publik skala desa/lokal pada lokasi-lokasi ODTW		Dalam tahapan rencana, masyarakat tidak diikut sertakan	Dialokasikannya dana stimulan setiap tahun sesuai dengan skala prioritas yang telah disusun						
	Menyusun prioritas rencana pengembangan investasi prasarana publik skala kabupaten pada jalur-jalur		Dalam tahapan rencana, masyarakat tidak diikut sertakan	Tersusunnya prioritasasi rencana pengembangan investasi prasarana publik skala kabupaten						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
		wisata utama secara kordinatif antar instansi terkait Melakukan pembahasan dan evaluasi hasil perioritas rencana pengembangan investasi prasarana publik dalam rapat kordinasi pembangunan secara partisipatif	Tahapan perencanaan telah sesuai dengan urutan hingga pada tahapan evaluasi							
MENGEMBANGKAN PERATURAN DAN PROSEDUR INVESTASI BAGI PIHAK-PIHAK YANG TERKAIT	Mengembangkan peraturan penanaman modal yang aspiratif	Menyusun kajian aturan main penanaman modal yang melibatkan stakeholder terkait	Dalam tahapan rencana hingga tahapan <i>controlling</i> , tidak ada keterlibatan masyarakat	Tersusunnya aturan main penanaman modal						
	Mengembangkan prosedur standar penanaman modal yang memberi ruang kontrol kepada publik	Menyusun rancangan perangkat hukum aturan main penanaman modal	Dalam tahapan rencana hingga tahapan <i>directing</i> , tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	Tersusunnya dan ditetapkannya rancangan perangkat hukum aturan main penanaman modal						
	Membagi peran antar pemerintah kabupaten dan provinsi dalam mengatur penanaman modal	Melaksanakan pembahasan bersama pihak legislatif	Dalam tahapan rencana hingga tahapan <i>directing</i> , tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan							
	Mengembangkan koordinasi kelembagaan untuk memfasilitasi penanaman modal oleh sektor swasta dan masyarakat	Menetapkan perangkat hukum aturan main penanaman modal	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan							
		Melakukan sosialisasi perangkat hukum aturan main penanaman modal sampai tingkat desa	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan	Tersosialisasikannya/ disosialisasikannya perangkat hukum aturan main penanaman modal hingga tingkat desa						
		Menyusun prosedur operasional standar penanaman modal	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan	Tersusunnya prosedur operasional standar penanaman modal						
		Melaksanakan lokalkarya pembahasan prosedur	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap							

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
		operasional standar penanaman modal	<i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan							
		Menyusun rancangan perangkat hukum prosedur operasional standar penanaman modal	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan							
		Menetapkan perangkat hukum berupa surat keputusan Bupati prosedur operasional standar penanaman modal	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan							
		Melakukan sosialisasi perangkat hukum prosedur operasional standar penanaman modal sampai tingkat desa	Dalam tahapan perencanaan hingga tahap <i>directing</i> , masyarakat tidak dilibatkan dalam sosialisasi	Disosialisasikannya kesepakatan pembagian peran penanaman modal sampai tingkat desa						
		Melakukan kajian bersama pemerintah provinsi dan kabupaten dalam pembagian peran penanaman modal bidang pariwisata	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan kajian terkait penanaman modal							
		Melakukan lokalkarya pembahasan pembagian peran penanaman modal bidang pariwisata antara pemerintah provinsi dan kabupaten	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan							
		Menyusun nota kesepakatan antara pemerintah provinsi dan kabupaten	Dalam tahapan rencana tidak terdapat pelibatan masyarakat							
		Melakukan sosialisasi hasil kesepakatan pembagian peran penanaman modal bidang pariwisata hingga ke tingkat kelurahan/desa	Dalam tahapan rencana tidak terdapat pelibatan masyarakat							
		Melaksanakan kajian pengembangan dan mekanisme koordinasi antar	Hingga tahapan implementasi tidak terdapat keterlibatan masyarakat dalam tahapan	Diimplementasikannya koordinasi antar instansi dalam mendorong						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
		instansi dalam mendorong penanaman modal sektor pariwisata oleh sektor swasta dan masyarakat Melaksanakan lokalkarya pembahasan kajian pengembangan dan mekanisme kordinasi antar instansi dalam mendorong penanaman modal sektor pariwisata oleh sektor swasta dan masyarakat Melaksanakan lokalkarya pembahasan rancangan kesepakatan kordinasi antar instansi dalam mendorong penanaman modal sektor pariwisata oleh sektor swasta dan masyarakat Mengimplementasikan koordinasi antar instansi dalam mendorong penanaman modal sektor pariwisata oleh sektor swasta dan masyarakat	rencana Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>directing</i> termasuk pelibatan masyarkat dalam perencanaan Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>directing</i> termasuk pelibatan masyarkat dalam perencanaan Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap implementasi termasuk pelibatan masyarkat dalam perencanaan	penanaman modal sektor pariwisata oleh sektor swasta dan masyarakat						
MENINGKATKAN PERAN SEKTOR SWASTA DAN MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN INVESTASIYANG BERSIFAT KOMERSIAL	Mengembangkan sistem informasi potensi investasi di kawasan/ lokasi potensial Mengembangkan <i>marketing kit</i> bagi promosi investasi	Melaksanakan studi pengembangan potensi pariwisata pada ODTW dan kawasan pendukung pariwisata Menyusun basis data kepariwisataan Kabupaten Nganjuk Mengembangkan keterkaitan basis data kepariwisataan dalam sistem informasi daerah Kabupaten Nganjuk Mengoleksi data dan informasi penunjang kepariwisataan di Kabupaten Nganjuk sebagai bahan untuk pengembangan <i>marketing kit</i>	Tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan rencana hingga pada tahapan implementasi Tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan rencana hingga pada tahapan <i>directing</i> Tahapan rencana telah sesuai urutan hingga pada tahap <i>organizing</i> Tahapan rencana mencakup hingga organing data dan informasi tanpa membuat manual rencana	Tersusunnya daftar potensi pariwisata yang potensial. Tersusunnya basis data kepariwisataan yang terkait dalam sistem informasi daerah Adanya marketing kit yang informatif dan menarik bagi investor dan terdistribusi kepada calon-calon investor yang						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Rencana	Target	A	B	C	D	E	F
		Menyusun <i>marketing kit</i> bagi promosi kepariwisataan Kabupaten Nganjuk	Tahapan rencana penyusunan <i>marketing kit</i> terjadi hingga tahapan <i>directing</i> tanpa pelibatan masyarakat	potensial						
		Mendistribusikan <i>marketing kit</i> kepariwisataan Kabupaten Nganjuk	Tahapan rencana pendistribusian <i>marketing kit</i> terjadi hingga tahapan <i>directing</i> tanpa pelibatan masyarakat							
		Melakukan <i>road show</i> kepariwisataan ke kabupaten dan provinsi lain di Indonesia	Tahapan rencana hingga melakukan <i>roadshor</i> tidak melibatkan masyarakat							
	Mengembangkan sistem kelembagaan/dukungan kelembagaan bagi penyediaan <i>capital scheme</i> untuk investasi pengembangan ODTW oleh masyarakat lokal/setempat	Melakukan studi pengembangan dukungan bagi <i>capiral scheme</i> investasi pariwisata oleh masyarakat	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga pada tahap <i>controlling</i> termasuk terjadi pelibatan masyarakat	Dikembangkannya dan dilaksanakannya kerjasama antar instansi/lembaga permodalan dalam rangka mendukung pengembangan <i>capital scheme</i> pariwisata						
		Melakukan lokalkarya dukungan bagi pengembangan capital scheme untuk investasi sarana pendukung kepariwisataan oleh masyarakat	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga pada tahap <i>directing</i> termasuk terjadi pelibatan masyarakat							
		Mengembangkan kerjasama antar instansi/lembaga permodalan dalam rangka mendukung pengembangan capital scheme pariwisata	Tahapan rencana telah sesuai dengan urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahapan perencanaan							

Tabel Indikasi Program Pengelolaan Lingkungan

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
PELESTARIAN EKOSISTEM PADA SAAT INI DAN DI MASA YANG AKAN DATANG	Audit lingkungan, penetapan baku mutu dan daya dukung lingkungan	penetapan baku mutu dan daya dukung di kawasan pariwisata yang telah dan sedang berkembang Pengelolaan dan pemantauan lingkungan di kawasan pariwisata yang telah dan sedang berkembang Pelaksanaan studi kelayakan	Dalam rencana audit lingkungan, penetapan bahan baku dan daya dukung lingkungan tidak melibatkan peran masyarakat	Pemahaman aturan, pelaksanaan peraturan perundangan dengan semestinya sehingga tercapai kehidupan yang lebih baik						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
		teknis, lingkungan (Amdal/UKL dan UPL), dan ekonomis pada kawasan ODTW yang sedang berkembang yang menurut hasil penelitian yang dilakukan pada program tahap jangka pendek potensial untuk dikembangkan								
PENINGKATAN KOMPETENSI DALAM PENGELOLAAN LINGKUNGAN		pengiriman staf untuk mengikuti pendidikan formal ataupun nonformal di bidang pariwisata, manajemen dan Amdal/Audit Lingkungan	Tahapan perencanaan tidak melibatkan masyarakat dan hanya sampai pengarahan, belum ada tindak lanjut	Kelestarian lingkungan Peningkatan kualitas SDM dalam pengelolaan lingkungan						
		Bersama pihak perguruan tinggi melakukan penelitian tentang tren pariwisata di wilayah Kabupaten Nganjuk Penegakan hukum konservasi dan lingkungan hidup yang terkait dengan pembangunan pariwisata	<i>controlling</i> dalam perencanaan tidak melibatkan perencanaan serta tahapan berhenti pada <i>directing</i> Urutan tahapan rencana telah sesuai, namun dalam tahapan perencanaan tidak ada keterlibatan masyarakat							
		Pembinaan hubungan saling menguntungkan dengan stakeholders, khususnya masyarakat sekitar dalam pengelolaan lingkungan Evaluasi pelaksanaan program dan rekomendasi untuk pelaksanaan program selanjutnya	Urutan tahapan rencana telah sesuai hingga tahapan rencana <i>directing</i> Tahapan rencana telah sesuai hingga tahap evaluasi namun masyarakat kurang dilibatkan dalam tahap perencanaan							

Tabel Indikasi Program Pengembangan Kelembagaan

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
PENGUATAN KELEMBAGAAN DI DISPARSENIBUD	Melengkapi struktur organisasi	Rekrutmen staf baru dan/atau Rekrutmen staf dari dinas lain yang memiliki kemampuan dalam perencanaan, pengembangan ODTW dan pemasaran	tahapan rencana telah urut hingga tahap <i>directing</i> namun tidak ada peran masyarakat dalam tahapan perencanaan	Struktur organisasi lengkap dengan staf yang relevan pada tahun 2016, minimal 4 orang kepala bagian bergelar S2 (Master)						
	Fungsionalisasi staf, untuk meningkatkan kinerja	Pengaturan kembali posisi staf pada struktur organisasi, tidak hanya terfokus pada ketatusahaan	Tahapan rencana pengaturan kembali posisi, tahapan rencana telah mencapai tahap evaluasi namun urutan implementasi terlaksana setelah evaluasi	- Penempatan staf yang ada sesuai dengan kapasitasnya - proposisi seimbang antar bagian/bidang/seksi						
	Kelembagaan di sekitar objek wisata	Mempertahankan model kelembagaan yang sudah ada di masyarakat, yang bisa menjadi ciri khas daerah	tahapan rencana telah urut hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak ada keterlibatan masyarakat	Terbentuknya kelembagaan yang kuat berdasarkan karakter lokal						
		Memanafaat fasilitas pemerintah yang ada untuk koordinasi kelembagaan	Dalam tahapan rencana, tidak terjadi pelibatan masyarakat, dan controlling dalam pemanfaatan fasilitas							

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
	Menjalin komunikasi yang tepat dalam koordinasi kelembagaan di pemerintah, swasta, dan masyarakat	Menciptakan hubungan kerja dan koordinasi yang humanitarian, demokratis, dan partisipatoris (HDP), dan dituangkan dalam peraturan serta tata tertib	tahapan rencana telah urut hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak ada keterlibatan masyarakat	Tersusunnya peraturan pegawai dan tata tertib yang berdasarkan kemanusiaan, demokratis (tidak otoriter pimpinan), dan semua staf dapat berpartisipasi aktif						
PENGUATAN KELEMBAGAAN DI MASYARAKAT	Pembentukan Pokdarwis, Koperasi, Kelompok Pengrajin, sanggar seni dan budaya	- penyuluhan dan sosialisasi sadar wisata - Pembentukan Pokdarwis / Koperasi / Kelompok Pengrajin di ODTW dan sekitarnya - Pembentukan Pembina dan Pembimbing - Pembinaan kerajinan, pemasaran, dan kelembagaan	Rencana pembentukan Pokdarwis, Koperasi, Kelompok Pengrajin, sanggar seni dan budaya telah mencapai tahap implementasi.	- Terbentuknya Pokdarwis di semua ODTW unggulan - Terbentuknya sanggar seni, kerajinan dan koperasi						

Tabel Indikasi Program Pengembangan SDM

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
PENINGKATAN KAPASITAS SUMBERDAYA MANUSIA	Peningkatan kapasitas SDM pengambil kebijakan di Dispersenibud	- pendidikan khusus kepariwisataan - S2 Pariwisata pelatihan khusus - Pelatihan pengembangan produk - Pelatihan Networking - Pelatihan teknologi informasi (kemampuan komputerisasi dan internet)	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap <i>directing</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	- Tahun 2016 Kepala bagian pendidikan S2 - Tahun 2016 Setiap Staf memiliki sertifikat keahlian/pelatihan sesuai dengan bidangnya, misalnya perencanaan, keuangan - tahun 2016 seluruh staf dinaspar menguasai komputer, internet, dan peralatan teknologi informasi lainnya						
	Peningkatan	Pelatihan perhotelan,	Tahapan perencanaan	Sertifikasi dan standar						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
STUDI BANDING	Kapasitas SDM pelaku industri pariwisata	restoran, biro perjalanan wisata, pemandu wisata, kerajinan dan koperasi	peningkatan kapasitas SDM telah sesuai urutan hingga tahap <i>directing</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	kompetensi kepada pelaku industri pariwisata						
	Peningkatan Kapasitas SDM di sekitar ODTW	Sosialisasi, pelatihan dan pembinaan secara bergiliran sehingga semua ODTW dapat tercakup. Bidang yang ditingkatkan : Sapta Pesona, Usaha jasa pariwisata, seni dan budaya, pengelolaan ODTW, cinderamata dan makanan khas	Dalam tahapan perencanaan tidak terdapat tahap <i>controlling</i> dan tanpa pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	- Tahun 2016 seluruh ODTW telah menerima pelatihan kepariwisataan - Tahun 2016 tercipta masyarakat sadar wisata di seluruh wilayah						
	Studi banding ke daerah yang pariwisatanya maju, baik di dalam negeri maupun keluar negeri	Studi Banding dengan melibatkan unsur pemerintah bidang yang terkait, seperti Bappeda, Dinas Perhubungan, Disperindag, DPRD, swasta, masyarakat dan perguruan tinggi, secara terpadu	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap implementasi	- Terlaksananya studi banding ke Jakarta, Jogja, dan ke luar negeri (pilihan: Malaysia, Singapura, Thailand, Jerman, Afrika Selatan) - Presentasi dan evaluasi kepada forum publik, setelah selesai pelaksanaan studi banding						
	PROGRAM PENGEMBANGAN	Pemagangan bagi SDM pemerintah, swasta, maupun masyarakat di bidang yang relevan	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap implementasi	Meningkatnya kemampuan teknis dan praktis dalam bidang kepariwisataan, baik pemerintah, swasta, maupun masyarakat						
PELAKSANAAN KONSEP GOOD GOVERNANCE	Meningkatkan profesionalitas, kejujuran, transparansi dan	- Pemagangan penelitian dan perencanaan - Pemagangan Pemasaran pariwisata - Pemagangan industri kecil, kerajinan, koperasi, seni, dan budaya - Pemagangan teknologi informasi - Pemagangan Organisasi Kepemudaan - Pemagangan atlet maupun pengurus Olahraga - Pendidikan dan pelatihan tentang <i>Good Governance</i> - Pemberian penghargaan kepada staf teladan	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap implementasi namun tidak terjadi pelibatan masyarakat	- meningkatnya disiplin - Berkurangnya pelanggaran-pelanggaran terhadap peraturan						

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
	pengabdian	- Pemberian kompensasi pada staf berprestasi	dalam perencanaan							

Tabel Indikasi Program Pengembangan SDM 2

Strategi	Rencana	Program Pokok	Tahapan Perencanaan	Target	A	B	C	D	E	F
PENGEMBANGAN DAN PEMANTAPAN SISTEM JARINGAN TRANSPORTASI DARAT		Pemeliharaan dan rehabilitasi jalan di Kabupaten Nganjuk, terutama yang menuju ODTW unggulan di KPP 1,2 dan 3 (Diantaranya yang menuju ke: Sedudo, Genter, Roro Kuning, Margo Tresno, makam Kyai Ageng Keniten	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap implementasi namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	- Mobilitas penduduk makin lancar - Sirkulasi dan distribusi barang dan jasa semakin lancar (termasuk wisatawan) - Pergerakan perekonomian penduduk makin lancar - Mempercepat waktu perjalanan						
	Program Jangka Pendek	Peningkatan kemampuan jalan dan pembangunan ruas jalan (menuju ODTW Watu Lambung)	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan							
		peningkatan kemampuan jaringan jalan pada siklus Kecamatan (Semua ODTW yang akan dikembangkan)	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap <i>controlling</i> namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan							
	Program jangka Menengah	Mewujudkan rencana pembangunan jalan baru (Jalan Tembus Ngadipono, Kediri, dan rencana jalan Tol) Pemantapan jaringan jalan lokal (di semua ODTW yang akan dikembangkan)	Tahapan perencanaan telah sesuai urutan hingga tahap implementasi namun tidak terjadi pelibatan masyarakat dalam tahap perencanaan	- Mobilitas penduduk makin lancar - Sirkulasi dan distribusi barang dan jasa semakin lancar (termasuk wisatawan) - Pergerakan perekonomian penduduk makin lancar - Mempermudah perjalanan						

TIPE 1

CFA

Raw Data from File Imptipe1.psf

Latent Variabel: Kebijakan Motivasi Atraksi

Relationships:

Y1-Y6 = Kebijakan

X1-X4 = Motivasi

X9-X13 = Atraksi

Path Diagram

End of Problem

Sample Size = 190

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					
Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X1	0.34	0.22	0.43	0.30	0.21	0.38
X2	0.45	0.31	0.36	0.26	0.33	0.40
X3	0.44	0.40	0.42	0.33	0.41	0.60
X4	0.54	0.36	0.41	0.38	0.64	0.61
X9	0.34	0.23	0.26	0.36	0.25	0.27
X10	0.24	0.12	0.22	0.20	0.29	0.43
X11	0.20	0.06	0.16	0.15	0.26	0.20
X12	0.41	0.35	0.41	0.25	0.38	0.59

X13 0.32 0.31 0.42 0.20 0.27 0.43

Covariance Matrix

	X1	X2	X3	X4	X9	X10
X1	0.91					
X2	0.54	1.06				
X3	0.44	0.74	1.13			
X4	0.47	0.59	0.91	1.43		
X9	0.36	0.73	0.63	0.71	1.47	
X10	0.33	0.35	0.58	0.72	0.63	1.12
X11	0.34	0.40	0.29	0.40	0.51	0.53
X12	0.48	0.62	0.80	0.85	0.65	0.65
X13	0.59	0.65	0.58	0.57	0.63	0.40

Covariance Matrix

	X11	X12	X13
X11	0.86		
X12	0.45	1.27	
X13	0.50	0.89	1.16

Number of Iterations = 15

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

Y1 = 0.63*Kebijaka, Errorvar.= 0.30 , R² = 0.58
(0.055) (0.039)
11.56 7.57

Y2 = 0.56*Kebijaka, Errorvar.= 0.33 , R² = 0.49
(0.054) (0.040)
10.30 8.24

Y3 = 0.63*Kebijaka, Errorvar.= 0.47 , R² = 0.45
(0.064) (0.056)
9.84 8.42

Y4 = 0.48*Kebijaka, Errorvar.= 0.55 , R² = 0.30
(0.064) (0.061)
7.58 9.06

Y5 = 0.55*Kebijaka, Errorvar.= 0.70 , R² = 0.30
(0.072) (0.078)
7.67 9.04

Y6 = 0.65*Kebijaka, Errorvar.= 0.54 , R² = 0.44
(0.067) (0.063)
9.69 8.47

X1 = 0.58*Motivasi, Errorvar.= 0.57 , R² = 0.37
(0.065) (0.063)
8.94 9.15

X2 = 0.77*Motivasi, Errorvar.= 0.48 , R² = 0.55
(0.066) (0.056)
11.59 8.50

X3 = 0.90*Motivasi, Errorvar.= 0.33 , R² = 0.71
(0.065) (0.046)
13.89 7.21

X4 = 0.93*Motivasi, Errorvar.= 0.56 , R² = 0.61
(0.075) (0.069)
12.41 8.17

X9 = 0.78*Atraksi, Errorvar.= 0.87 , R² = 0.41
(0.083) (0.097)
9.42 8.90

X10 = 0.67*Atraksi, Errorvar.= 0.67 , R² = 0.40
(0.072) (0.075)
9.32 8.92

X11 = 0.54*Atraksi, Errorvar.= 0.58 , R² = 0.33
(0.065) (0.063)
8.24 9.14

X12 = 0.97*Atraksi, Errorvar.= 0.33 , R² = 0.74
(0.068) (0.053)
14.20 6.27

X13 = 0.84*Atraksi, Errorvar.= 0.45 , R² = 0.61
(0.069) (0.058)
12.29 7.84

Correlation Matrix of Independent Variables

	Kebijaka	Motivasi	Atraksi
Kebijaka	1.00		
Motivasi	0.84	1.00	
Atraksi	0.66	0.89	1.00
	(0.04)	(0.03)	
	22.06	11.75	29.58

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 87

Minimum Fit Function Chi-Square = 377.75 (P = 0.0)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 360.66 (P = 0.0)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 273.66
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (218.81 ; 336.08)

Minimum Fit Function Value = 2.00
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 1.45
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (1.16 ; 1.78)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.13
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.12 ; 0.14)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 2.26
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.97 ; 2.59)
 ECVI for Saturated Model = 1.27
 ECVI for Independence Model = 18.97

Chi-Square for Independence Model with 105 Degrees of Freedom = 3555.75
 Independence AIC = 3585.75
 Model AIC = 426.66
 Saturated AIC = 240.00
 Independence CAIC = 3649.46
 Model CAIC = 566.82
 Saturated CAIC = 749.64

Normed Fit Index (NFI) = 0.89
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.90
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.74
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.92
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.92
 Relative Fit Index (RFI) = 0.87

Critical N (CN) = 61.34

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.072
 Standardized RMR = 0.069

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.80
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.72
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.58

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y6	Motivasi	11.2	0.49
Y6	Atraksi	9.5	0.29

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y2	Y1	9.1	0.09
Y6	Y1	13.2	-0.14
X1	Y3	12.2	0.15
X2	X1	7.9	0.12
X3	X1	10.5	-0.13
X4	Y5	20.1	0.23
X4	X2	18.0	-0.20
X4	X3	13.1	0.17
X9	Y4	8.8	0.16
X9	Y6	8.6	-0.16
X9	X2	16.3	0.21
X10	X2	10.9	-0.15
X10	X4	15.5	0.20
X11	X3	11.7	-0.13
X11	X10	16.3	0.20
X12	X2	7.9	-0.11
X12	X9	14.7	-0.21
X12	X11	8.9	-0.13
X13	Y3	8.9	0.12
X13	X1	20.6	0.19
X13	X3	11.0	-0.12
X13	X4	16.7	-0.18
X13	X10	24.8	-0.24
X13	X12	22.7	0.23

Time used: 0.031 Seconds

MODEL STRUKTURAL

Raw Data from File Imptipe1.psf

Latent Variabel: Kebijakan Motivasi Atraksi

Relationships:

Y1-Y6 = Kebijakan

X1-X4 = Motivasi

X9-X13 = Atraksi

Kebijakan = Motivasi Atraksi

Options: SC

Path Diagram

End of Problem

Sample Size = 190

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					
Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X1	0.34	0.22	0.43	0.30	0.21	0.38
X2	0.45	0.31	0.36	0.26	0.33	0.40
X3	0.44	0.40	0.42	0.33	0.41	0.60
X4	0.54	0.36	0.41	0.38	0.64	0.61
X9	0.34	0.23	0.26	0.36	0.25	0.27
X10	0.24	0.12	0.22	0.20	0.29	0.43
X11	0.20	0.06	0.16	0.15	0.26	0.20

X12	0.41	0.35	0.41	0.25	0.38	0.59
X13	0.32	0.31	0.42	0.20	0.27	0.43

Covariance Matrix

	X1	X2	X3	X4	X9	X10
X1	0.91					
X2	0.54	1.06				
X3	0.44	0.74	1.13			
X4	0.47	0.59	0.91	1.43		
X9	0.36	0.73	0.63	0.71	1.47	
X10	0.33	0.35	0.58	0.72	0.63	1.12
X11	0.34	0.40	0.29	0.40	0.51	0.53
X12	0.48	0.62	0.80	0.85	0.65	0.65
X13	0.59	0.65	0.58	0.57	0.63	0.40

Covariance Matrix

	X11	X12	X13
X11	0.86		
X12	0.45	1.27	
X13	0.50	0.89	1.16

Number of Iterations = 15

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

$$Y1 = 0.63 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.30, R^2 = 0.58 \\ (0.039)$$

7.57

$$Y2 = 0.56 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.33, R^2 = 0.49$$

(0.061) (0.040)

9.17 8.24

$$Y3 = 0.63 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.47, R^2 = 0.45$$

(0.071) (0.056)

8.85 8.42

$$Y4 = 0.48 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.55, R^2 = 0.30$$

(0.068) (0.061)

7.10 9.06

$$Y5 = 0.55 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.70, R^2 = 0.30$$

(0.077) (0.078)

7.18 9.04

$$Y6 = 0.65 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.54, R^2 = 0.44$$

(0.075) (0.063)

8.74 8.47

$$X1 = 0.58 * \text{Motivasi}, \text{Errorvar.} = 0.57, R^2 = 0.37$$

(0.065) (0.063)

8.94 9.15

$$X2 = 0.77 * \text{Motivasi}, \text{Errorvar.} = 0.48, R^2 = 0.55$$

(0.066) (0.056)

11.59 8.50

$$X3 = 0.90 * \text{Motivasi}, \text{Errorvar.} = 0.33, R^2 = 0.71$$

(0.065) (0.046)

13.89 7.21

$$X4 = 0.93 * \text{Motivasi}, \text{Errorvar.} = 0.56, R^2 = 0.61$$

(0.075) (0.069)

12.41 8.17

$$X9 = 0.78 * \text{Atraksi}, \text{Errorvar.} = 0.87, R^2 = 0.41$$

(0.083) (0.097)

9.42 8.90

$$X10 = 0.67 * \text{Atraksi}, \text{Errorvar.} = 0.67, R^2 = 0.40$$

(0.072) (0.075)

9.32 8.92

$$X11 = 0.54 * \text{Atraksi}, \text{Errorvar.} = 0.58, R^2 = 0.33$$

(0.065) (0.063)

8.24 9.14

$$X12 = 0.97 * \text{Atraksi}, \text{Errorvar.} = 0.33, R^2 = 0.74$$

(0.068) (0.053)

14.20 6.27

$$X13 = 0.84 * \text{Atraksi}, \text{Errorvar.} = 0.45, R^2 = 0.61$$

(0.069) (0.058)

12.29 7.84

Structural Equations

$$\text{Kebijaka} = 1.23 * \text{Motivasi} - 0.44 * \text{Atraksi}, \text{Errorvar.} = 0.26, R^2 = 0.74$$

(0.26) (0.25) (0.087)

4.74 -1.78 2.98

Correlation Matrix of Independent Variables

	Motivasi	Atraksi
Motivasi	1.00	
Atraksi	0.89	1.00

(0.03)
29.58

Covariance Matrix of Latent Variables

	Kebijaka	Motivasi	Atraksi
Kebijaka	1.00		
Motivasi	0.84	1.00	
Atraksi	0.66	0.89	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 87
Minimum Fit Function Chi-Square = 377.75 (P = 0.0)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 360.66 (P = 0.0)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 273.66
90 Percent Confidence Interval for NCP = (218.81 ; 336.08)

Minimum Fit Function Value = 2.00
Population Discrepancy Function Value (F0) = 1.45
90 Percent Confidence Interval for F0 = (1.16 ; 1.78)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.13
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.12 ; 0.14)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 2.26
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.97 ; 2.59)
ECVI for Saturated Model = 1.27
ECVI for Independence Model = 18.97

Chi-Square for Independence Model with 105 Degrees of Freedom = 3555.75
Independence AIC = 3585.75
Model AIC = 426.66
Saturated AIC = 240.00
Independence CAIC = 3649.46
Model CAIC = 566.82

Saturated CAIC = 749.64

Normed Fit Index (NFI) = 0.89
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.90
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.74
Comparative Fit Index (CFI) = 0.92
Incremental Fit Index (IFI) = 0.92
Relative Fit Index (RFI) = 0.87

Critical N (CN) = 61.34

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.072
Standardized RMR = 0.069
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.80
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.72
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.58

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y2	Y1	9.1	0.09
Y6	Y1	13.2	-0.14
X1	Y3	12.2	0.15
X2	X1	7.9	0.12
X3	X1	10.5	-0.13
X4	Y5	20.1	0.23
X4	X2	18.0	-0.20
X4	X3	13.1	0.17
X9	Y4	8.8	0.16
X9	Y6	8.6	-0.16
X9	X2	16.3	0.21
X10	X2	10.9	-0.15
X10	X4	15.5	0.20
X11	X3	11.7	-0.13
X11	X10	16.3	0.20
X12	X2	7.9	-0.11
X12	X9	14.7	-0.21
X12	X11	8.9	-0.13

X13	Y3	8.9	0.12
X13	X1	20.6	0.19
X13	X3	11.0	-0.12
X13	X4	16.7	-0.18
X13	X10	24.8	-0.24
X13	X12	22.7	0.23

Standardized Solution

LAMBDA-Y

Kebijaka	

Y1	0.63
Y2	0.56
Y3	0.63
Y4	0.48
Y5	0.55
Y6	0.65

LAMBDA-X

	Motivasi	Atraksi

X1	0.58	--
X2	0.77	--
X3	0.90	--
X4	0.93	--
X9	--	0.78
X10	--	0.67
X11	--	0.54
X12	--	0.97
X13	--	0.84

GAMMA

Motivasi	Atraksi
----------	---------

Kebijaka	1.23	-0.44
----------	------	-------

Correlation Matrix of ETA and KSI

	Kebijaka	Motivasi	Atraksi

Kebijaka	1.00		
Motivasi	0.84	1.00	
Atraksi	0.66	0.89	1.00

PSI

Kebijaka

0.26

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	Motivasi	Atraksi

Kebijaka	1.23	-0.44

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

Kebijaka	

Y1	0.76
Y2	0.70
Y3	0.67
Y4	0.54
Y5	0.55
Y6	0.67

LAMBDA-X

	Motivasi	Atraksi
--	----------	---------

X1	0.61	--
X2	0.74	--
X3	0.84	--
X4	0.78	--
X9	--	0.64
X10	--	0.64
X11	--	0.58
X12	--	0.86
X13	--	0.78

GAMMA

	Motivasi	Atraksi
--	----------	---------

Kebijaka	1.23	-0.44
----------	------	-------

Correlation Matrix of ETA and KSI

	Kebijaka	Motivasi	Atraksi
--	----------	----------	---------

Kebijaka	1.00		
Motivasi	0.84	1.00	
Atraksi	0.66	0.89	1.00

PSI

	Kebijaka
--	----------

0.26

THETA-EPS

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
	0.42	0.51	0.55	0.70	0.70	0.56

THETA-DELTA

	X1	X2	X3	X4	X9	X10
	0.63	0.45	0.29	0.39	0.59	0.60

THETA-DELTA

	X11	X12	X13
	0.67	0.26	0.39

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	Motivasi	Atraksi
Kebijaka	1.23	-0.44

Time used: 0.016 Seconds

TIPE 2

CFA

Raw Data from file TIPE2.psf

Latent Variables : Kebijakan Fasilitas Bauran

Relationships

Y1-Y6 = Kebijakan

X24-X28 = Fasilitas

X29-X32 = Bauran

Path Diagram

End of Problem

Sample Size = 190

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					
Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X24	0.31	0.31	0.46	0.20	0.33	0.60
X25	0.30	0.22	0.22	0.15	0.25	0.49
X26	0.29	0.27	0.30	0.12	0.49	0.39
X27	0.17	0.13	0.25	0.13	0.19	0.27
X28	0.36	0.34	0.34	0.19	0.40	0.44
X29	0.40	0.40	0.41	0.33	0.45	0.57
X30	0.30	0.20	0.22	0.05	0.27	0.39
X31	0.42	0.45	0.44	0.21	0.53	0.59

X32 0.39 0.36 0.48 0.35 0.47 0.57

Covariance Matrix

	X24	X25	X26	X27	X28	X29
X24	1.30					
X25	0.72	1.08				
X26	0.82	0.64	1.29			
X27	0.62	0.59	0.60	0.97		
X28	0.69	0.62	0.80	0.53	1.50	
X29	0.79	0.68	0.75	0.51	0.91	1.41
X30	0.49	0.62	0.66	0.55	0.93	0.88
X31	0.71	0.77	0.94	0.58	1.10	1.04
X32	0.71	0.67	0.61	0.67	0.87	0.96

Covariance Matrix

	X30	X31	X32
X30	1.39		
X31	1.01	1.63	
X32	0.82	1.00	1.49

Number of Iterations = 11

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

Y1 = 0.62*Kebijaka, Errorvar.= 0.32 , R² = 0.55
(0.056) (0.042)
11.00 7.56

Y2 = 0.58*Kebijaka, Errorvar.= 0.31 , R² = 0.53
 (0.054) (0.040)
 10.75 7.71

Y3 = 0.64*Kebijaka, Errorvar.= 0.46 , R² = 0.47
 (0.064) (0.057)
 9.93 8.14

Y4 = 0.47*Kebijaka, Errorvar.= 0.56 , R² = 0.28
 (0.065) (0.062)
 7.31 9.01

Y5 = 0.55*Kebijaka, Errorvar.= 0.70 , R² = 0.30
 (0.073) (0.079)
 7.58 8.95

Y6 = 0.65*Kebijaka, Errorvar.= 0.55 , R² = 0.43
 (0.068) (0.065)
 9.46 8.34

X24 = 0.84*Fasilita, Errorvar.= 0.58 , R² = 0.55
 (0.074) (0.070)
 11.49 8.36

X25 = 0.77*Fasilita, Errorvar.= 0.48 , R² = 0.55
 (0.067) (0.058)
 11.50 8.35

X26 = 0.87*Fasilita, Errorvar.= 0.53 , R² = 0.59
 (0.073) (0.066)
 12.03 8.13

X27 = 0.67*Fasilita, Errorvar.= 0.53 , R² = 0.46
 (0.066) (0.060)
 10.13 8.79

X28 = 0.92*Fasilita, Errorvar.= 0.65 , R² = 0.57
 (0.079) (0.079)
 11.71 8.27

X29 = 0.99*Bauran, Errorvar.= 0.44 , R² = 0.69
 (0.072) (0.057)
 13.67 7.65

X30 = 0.87*Bauran, Errorvar.= 0.62 , R² = 0.55
 (0.075) (0.072)
 11.60 8.60

X31 = 1.09*Bauran, Errorvar.= 0.44 , R² = 0.73
 (0.076) (0.061)
 14.28 7.20

X32 = 0.95*Bauran, Errorvar.= 0.59 , R² = 0.60
 (0.077) (0.071)
 12.37 8.32

Correlation Matrix of Independent Variables

	Kebijaka	Fasilita	Bauran
Kebijaka	1.00		
Fasilita	0.61 (0.06) 10.24	1.00	
Bauran	0.68 (0.05) 12.80	0.91 (0.03) 35.91	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 87

Minimum Fit Function Chi-Square = 278.21 (P = 0.0)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 259.12 (P = 0.0)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 172.12
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (127.58 ; 224.29)

Minimum Fit Function Value = 1.47
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.91
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.68 ; 1.19)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.10
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.088 ; 0.12)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.72
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.48 ; 2.00)
 ECVI for Saturated Model = 1.27
 ECVI for Independence Model = 20.24

Chi-Square for Independence Model with 105 Degrees of Freedom = 3795.62
 Independence AIC = 3825.62
 Model AIC = 325.12
 Saturated AIC = 240.00
 Independence CAIC = 3889.32
 Model CAIC = 465.27
 Saturated CAIC = 749.64

Normed Fit Index (NFI) = 0.93
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.94
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.77
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.95
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.95
 Relative Fit Index (RFI) = 0.91

Critical N (CN) = 82.92

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.078
 Standardized RMR = 0.069

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.85
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.79
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.61

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y6	Fasilitas	13.2	0.32
Y6	Bauran	11.6	0.33
X28	Bauran	35.8	1.74
X30	Kebijakan	16.2	-0.42

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y2	Y1	8.6	0.10
Y6	Y1	8.3	-0.12
X24	Y3	9.2	0.13
X24	Y6	10.8	0.15
X25	Y6	8.5	0.12
X26	Y5	13.7	0.18
X30	X24	16.8	-0.21
X30	X28	10.6	0.17
X31	X24	11.9	-0.16
X31	X26	8.5	0.13
X31	X28	10.5	0.16
X32	X26	13.2	-0.18
X32	X27	11.1	0.15

Time used: 0.016 Seconds

MODEL STRUKTURAL

Raw Data from file TIPE2.psf
 Latent Variables : Kebijakan Fasilitas Bauran

Relationships
 Y1-Y6 = Kebijakan
 X24-X28 = Fasilitas

X29-X32 = Bauran

Kebijakan = Bauran Fasilitas

Options: SC

Path Diagram

End of Problem

Sample Size = 190

X26	0.82	0.64	1.29			
X27	0.62	0.59	0.60	0.97		
X28	0.69	0.62	0.80	0.53	1.50	
X29	0.79	0.68	0.75	0.51	0.91	1.41
X30	0.49	0.62	0.66	0.55	0.93	0.88
X31	0.71	0.77	0.94	0.58	1.10	1.04
X32	0.71	0.67	0.61	0.67	0.87	0.96

Covariance Matrix

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					
Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X24	0.31	0.31	0.46	0.20	0.33	0.60
X25	0.30	0.22	0.22	0.15	0.25	0.49
X26	0.29	0.27	0.30	0.12	0.49	0.39
X27	0.17	0.13	0.25	0.13	0.19	0.27
X28	0.36	0.34	0.34	0.19	0.40	0.44
X29	0.40	0.40	0.41	0.33	0.45	0.57
X30	0.30	0.20	0.22	0.05	0.27	0.39
X31	0.42	0.45	0.44	0.21	0.53	0.59
X32	0.39	0.36	0.48	0.35	0.47	0.57

Covariance Matrix

	X24	X25	X26	X27	X28	X29
X24	1.30					
X25	0.72	1.08				

X30 X31 X32

X30	1.39		
X31	1.01	1.63	
X32	0.82	1.00	1.49

Number of Iterations = 13

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

Y1 = 0.62*Kebijaka, Errorvar.= 0.32 , R² = 0.55
(0.042)
7.56

Y2 = 0.58*Kebijaka, Errorvar.= 0.31 , R² = 0.53
(0.064) (0.040)
9.11 7.71

Y3 = 0.64*Kebijaka, Errorvar.= 0.46 , R² = 0.47
(0.074) (0.057)
8.61 8.14

Y4 = 0.47*Kebijaka, Errorvar.= 0.56 , R² = 0.28
 (0.070) (0.062)
 6.74 9.01

Y5 = 0.55*Kebijaka, Errorvar.= 0.70 , R² = 0.30
 (0.079) (0.079)
 6.95 8.95

Y6 = 0.65*Kebijaka, Errorvar.= 0.55 , R² = 0.43
 (0.078) (0.065)
 8.31 8.34

X24 = 0.84*Fasilita, Errorvar.= 0.58 , R² = 0.55
 (0.074) (0.070)
 11.49 8.36

X25 = 0.77*Fasilita, Errorvar.= 0.48 , R² = 0.55
 (0.067) (0.058)
 11.50 8.35

X26 = 0.87*Fasilita, Errorvar.= 0.53 , R² = 0.59
 (0.073) (0.066)
 12.03 8.13

X27 = 0.67*Fasilita, Errorvar.= 0.53 , R² = 0.46
 (0.066) (0.060)
 10.13 8.79

X28 = 0.92*Fasilita, Errorvar.= 0.65 , R² = 0.57
 (0.079) (0.079)
 11.71 8.27

X29 = 0.99*Bauran, Errorvar.= 0.44 , R² = 0.69
 (0.072) (0.057)
 13.67 7.65

X30 = 0.87*Bauran, Errorvar.= 0.62 , R² = 0.55
 (0.075) (0.072)
 11.60 8.60

X31 = 1.09*Bauran, Errorvar.= 0.44 , R² = 0.73
 (0.076) (0.061)
 14.28 7.20

X32 = 0.95*Bauran, Errorvar.= 0.59 , R² = 0.60
 (0.077) (0.071)
 12.37 8.32

Structural Equations

Kebijaka = - 0.026*Fasilita + 0.70*Bauran, Errorvar.= 0.54 , R² = 0.46
 (0.27) (0.27) (0.11)
 -0.098 2.57 4.88

Correlation Matrix of Independent Variables

	Fasilita	Bauran
Fasilita	1.00	
Bauran	0.91	1.00
	(0.03)	
	35.91	

Covariance Matrix of Latent Variables

	Kebijaka	Fasilita	Bauran
Kebijaka	1.00		
Fasilita	0.61	1.00	
Bauran	0.68	0.91	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 87

Minimum Fit Function Chi-Square = 278.21 (P = 0.0)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 259.12 (P = 0.0)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 172.12

90 Percent Confidence Interval for NCP = (127.58 ; 224.29)

Minimum Fit Function Value = 1.47

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.91

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.68 ; 1.19)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.10

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.088 ; 0.12)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.72

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.48 ; 2.00)

ECVI for Saturated Model = 1.27

ECVI for Independence Model = 20.24

Chi-Square for Independence Model with 105 Degrees of Freedom = 3795.62

Independence AIC = 3825.62

Model AIC = 325.12

Saturated AIC = 240.00

Independence CAIC = 3889.32

Model CAIC = 465.27

Saturated CAIC = 749.64

Normed Fit Index (NFI) = 0.93

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.94

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.77

Comparative Fit Index (CFI) = 0.95

Incremental Fit Index (IFI) = 0.95

Relative Fit Index (RFI) = 0.91

Critical N (CN) = 82.92

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.078

Standardized RMR = 0.069

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.85

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.79

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.61

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
X28	Bauran	35.8	1.74

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y2	Y1	8.6	0.10
Y6	Y1	8.3	-0.12
X24	Y3	9.2	0.13
X24	Y6	10.8	0.15
X25	Y6	8.5	0.12
X26	Y5	13.7	0.18
X30	X24	16.8	-0.21
X30	X28	10.6	0.17
X31	X24	11.9	-0.16
X31	X26	8.5	0.13
X31	X28	10.5	0.16
X32	X26	13.2	-0.18
X32	X27	11.1	0.15

Standardized Solution

LAMBDA-Y

Kebijaka

Y1	0.62
Y2	0.58

Y3 0.64
Y4 0.47
Y5 0.55
Y6 0.65

LAMBDA-X

	Fasilita	Bauran
X24	0.84	--
X25	0.77	--
X26	0.87	--
X27	0.67	--
X28	0.92	--
X29	--	0.99
X30	--	0.87
X31	--	1.09
X32	--	0.95

GAMMA

	Fasilita	Bauran
Kebijaka	-0.03	0.70

Correlation Matrix of ETA and KSI

	Kebijaka	Fasilita	Bauran
Kebijaka	1.00		
Fasilita	0.61	1.00	
Bauran	0.68	0.91	1.00

PSI

Kebijaka
0.54

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	Fasilita	Bauran
Kebijaka	-0.03	0.70

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

	Kebijaka
Y1	0.74
Y2	0.73
Y3	0.68
Y4	0.53
Y5	0.55
Y6	0.66

LAMBDA-X

	Fasilita	Bauran
X24	0.74	--
X25	0.74	--
X26	0.77	--
X27	0.68	--
X28	0.75	--
X29	--	0.83
X30	--	0.74
X31	--	0.85
X32	--	0.78

GAMMA

	Fasilita	Bauran

Kebijaka -0.03 0.70

Time used: 0.016 Seconds

Correlation Matrix of ETA and KSI

	Kebijaka	Fasilita	Bauran
Kebijaka	1.00		
Fasilita	0.61	1.00	
Bauran	0.68	0.91	1.00

PSI

Kebijaka
0.54

THETA-EPS

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
0.45	0.47	0.53	0.72	0.70	0.57

THETA-DELTA

X24	X25	X26	X27	X28	X29
0.45	0.45	0.41	0.54	0.43	0.31

THETA-DELTA

X30	X31	X32
0.45	0.27	0.40

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	Fasilita	Bauran
Kebijaka	-0.03	0.70

TIPE 3

CFA

Raw Data From File Imptipe3.psf
Latent Variables: Kebijakan Sarana InfraA

Relationship:
Y1-Y6= Kebijakan
X14-X16= Sarana
X17-X20 = InfraA

Path Diagram
End of Problem

Sample Size = 190

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					
Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X14	0.29	0.29	0.29	0.27	0.29	0.58
X15	0.28	0.27	0.27	0.13	0.20	0.50
X16	0.30	0.30	0.40	0.20	0.21	0.51
X17	0.24	0.27	0.21	0.23	0.14	0.37
X18	0.16	0.16	0.20	0.06	0.22	0.28
X19	0.34	0.24	0.32	0.22	0.19	0.44
X20	0.40	0.36	0.34	0.21	0.31	0.44

Covariance Matrix

	X14	X15	X16	X17	X18	X19
X14	1.25					
X15	0.88	1.11				
X16	0.89	0.92	1.30			
X17	0.63	0.57	0.67	0.96		
X18	0.46	0.44	0.48	0.24	1.08	
X19	0.65	0.53	0.54	0.33	0.60	1.05
X20	0.59	0.56	0.56	0.45	0.51	0.63

Covariance Matrix

X20	0.84
-----	------

Number of Iterations = 13

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

$$Y1 = 0.63 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.30, R^2 = 0.57$$

(0.056) (0.041)
11.35 7.38

$$Y2 = 0.59 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.30, R^2 = 0.54$$

(0.054) (0.039)
10.96 7.64

$$Y3 = 0.63 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.47, R^2 = 0.46$$

(0.064)
9.87

(0.057)
8.21

11.65

7.97

$X_{20} = 0.81 * \text{InfraA}$, Errorvar. = 0.19 , $R^2 = 0.78$

$Y_4 = 0.47 * \text{Kebijaka}$, Errorvar. = 0.56 , $R^2 = 0.28$

(0.065)
7.31

(0.062)
9.03

(0.055)
14.57

(0.036)
5.10

$Y_5 = 0.52 * \text{Kebijaka}$, Errorvar. = 0.74 , $R^2 = 0.27$

(0.073)
7.09

(0.081)
9.08

Correlation Matrix of Independent Variables

$Y_6 = 0.64 * \text{Kebijaka}$, Errorvar. = 0.55 , $R^2 = 0.43$

(0.068)
9.42

(0.066)
8.40

	Kebijaka	Sarana	InfraA
Kebijaka	1.00		
Sarana	0.55	1.00	
InfraA	0.70	0.79	1.00

$X_{14} = 0.94 * \text{Sarana}$, Errorvar. = 0.36 , $R^2 = 0.71$

(0.068)
13.93

(0.051)
7.14

$X_{15} = 0.94 * \text{Sarana}$, Errorvar. = 0.23 , $R^2 = 0.80$

(0.062)
15.17

(0.040)
5.70

Goodness of Fit Statistics

$X_{16} = 0.96 * \text{Sarana}$, Errorvar. = 0.37 , $R^2 = 0.72$

(0.069)
13.97

(0.052)
7.10

Degrees of Freedom = 62

Minimum Fit Function Chi-Square = 174.93 (P = 0.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 167.68 (P = 0.00)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 105.68

90 Percent Confidence Interval for NCP = (70.99 ; 148.03)

$X_{17} = 0.57 * \text{InfraA}$, Errorvar. = 0.63 , $R^2 = 0.34$

(0.068)
8.36

(0.069)
9.06

Minimum Fit Function Value = 0.93

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.56

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.38 ; 0.78)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.095

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.078 ; 0.11)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

$X_{18} = 0.62 * \text{InfraA}$, Errorvar. = 0.69 , $R^2 = 0.36$

(0.072)
8.63

(0.076)
9.01

$X_{19} = 0.77 * \text{InfraA}$, Errorvar. = 0.45 , $R^2 = 0.57$

(0.066)

(0.056)

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.19

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.01 ; 1.42)

ECVI for Saturated Model = 0.96
 ECVI for Independence Model = 13.58

Chi-Square for Independence Model with 78 Degrees of Freedom = 2539.68

Independence AIC = 2565.68
 Model AIC = 225.68
 Saturated AIC = 182.00
 Independence CAIC = 2620.89
 Model CAIC = 348.84
 Saturated CAIC = 568.48

Normed Fit Index (NFI) = 0.93
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.94
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.74
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.95
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.95
 Relative Fit Index (RFI) = 0.91

Critical N (CN) = 99.10

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.072
 Standardized RMR = 0.071
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.88
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.82
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.60

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y6	Sarana	22.9	0.38
Y6	InfraA	12.3	0.36
X17	Sarana	34.3	0.73
X18	Kebijaka	8.9	-0.33
X20	Sarana	11.3	-0.40

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance
 Between and Decrease in Chi-Square New Estimate
 Y6 Y1 10.8 -0.13

X16	Y3	8.2	0.11
X17	X16	10.3	0.13
X19	X17	11.0	-0.15
X19	X18	11.7	0.16

Time used: 0.016 Seconds

MODEL STRUKTURAL

Raw Data From File Imptipe3.psf

Latent Variables: Kebijakan Sarana InfraA

Relationship:

Y1-Y6= Kebijakan

X14-X16= Sarana

X17-X20 = InfraA

Kebijakan = Sarana-InfraA

Options: SC

Path Diagram

End of Problem

Sample Size = 190

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					

Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X14	0.29	0.29	0.29	0.27	0.29	0.58
X15	0.28	0.27	0.27	0.13	0.20	0.50
X16	0.30	0.30	0.40	0.20	0.21	0.51
X17	0.24	0.27	0.21	0.23	0.14	0.37
X18	0.16	0.16	0.20	0.06	0.22	0.28
X19	0.34	0.24	0.32	0.22	0.19	0.44
X20	0.40	0.36	0.34	0.21	0.31	0.44

Covariance Matrix

	X14	X15	X16	X17	X18	X19
X14	1.25					
X15	0.88	1.11				
X16	0.89	0.92	1.30			
X17	0.63	0.57	0.67	0.96		
X18	0.46	0.44	0.48	0.24	1.08	
X19	0.65	0.53	0.54	0.33	0.60	1.05
X20	0.59	0.56	0.56	0.45	0.51	0.63

Covariance Matrix

X20	
X20	0.84

Number of Iterations = 14

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

$$Y1 = 0.63 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.30, R^2 = 0.57$$

(0.041)
7.38

$$Y2 = 0.59 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.30, R^2 = 0.54$$

(0.063) (0.039)
9.44 7.64

$$Y3 = 0.63 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.47, R^2 = 0.46$$

(0.072) (0.057)
8.74 8.21

$$Y4 = 0.47 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.56, R^2 = 0.28$$

(0.069) (0.062)
6.82 9.03

$$Y5 = 0.52 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.74, R^2 = 0.27$$

(0.078) (0.081)
6.65 9.08

$$Y6 = 0.64 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.55, R^2 = 0.43$$

(0.076) (0.066)
8.43 8.40

$$X14 = 0.94 * \text{Sarana}, \text{Errorvar.} = 0.36, R^2 = 0.71$$

(0.068) (0.051)
13.93 7.14

$$X15 = 0.94 * \text{Sarana}, \text{Errorvar.} = 0.23, R^2 = 0.80$$

(0.062) (0.040)
15.17 5.70

X16 = 0.96*Sarana, Errorvar.= 0.37 , R² = 0.72
 (0.069) (0.052)
 13.97 7.10

X17 = 0.57*InfraA, Errorvar.= 0.63 , R² = 0.34
 (0.068) (0.069)
 8.36 9.06

X18 = 0.62*InfraA, Errorvar.= 0.69 , R² = 0.36
 (0.072) (0.076)
 8.63 9.01

X19 = 0.77*InfraA, Errorvar.= 0.45 , R² = 0.57
 (0.066) (0.056)
 11.65 7.97

X20 = 0.81*InfraA, Errorvar.= 0.19 , R² = 0.78
 (0.055) (0.036)
 14.57 5.10

Structural Equations

Kebijaka = - 0.0048*Sarana + 0.70*InfraA, Errorvar.= 0.51 , R² = 0.49
 (0.14) (0.15) (0.11)
 -0.036 4.77 4.85

Correlation Matrix of Independent Variables

	Sarana	InfraA
Sarana	1.00	
InfraA	0.79	1.00
	(0.04)	
	19.74	

Covariance Matrix of Latent Variables

	Kebijaka	Sarana	InfraA
Kebijaka	1.00		
Sarana	0.55	1.00	
InfraA	0.70	0.79	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 62
 Minimum Fit Function Chi-Square = 174.93 (P = 0.00)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 167.68 (P = 0.00)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 105.68
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (70.99 ; 148.03)
 Minimum Fit Function Value = 0.93
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.56
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.38 ; 0.78)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.095
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.078 ; 0.11)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00
 Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.19
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.01 ; 1.42)
 ECVI for Saturated Model = 0.96
 ECVI for Independence Model = 13.58

Chi-Square for Independence Model with 78 Degrees of Freedom = 2539.68

Independence AIC = 2565.68
 Model AIC = 225.68
 Saturated AIC = 182.00
 Independence CAIC = 2620.89
 Model CAIC = 348.84
 Saturated CAIC = 568.48

Normed Fit Index (NFI) = 0.93
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.94
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.74
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.95
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.95
 Relative Fit Index (RFI) = 0.91

Critical N (CN) = 99.10

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.072
 Standardized RMR = 0.071
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.88
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.82
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.60

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
X17	Sarana	34.3	0.73
X20	Sarana	11.3	-0.40

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance Between and

		Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y6	Y1	10.8	-0.13
X16	Y3	8.2	0.11
X17	X16	10.3	0.13
X19	X17	11.0	-0.15
X19	X18	11.7	0.16

Standardized Solution

LAMBDA-Y

Kebijaka

 Y1 0.63

Y2 0.59
 Y3 0.63
 Y4 0.47
 Y5 0.52
 Y6 0.64

LAMBDA-X

	Sarana	InfraA
X14	0.94	--
X15	0.94	--
X16	0.96	--
X17	--	0.57
X18	--	0.62
X19	--	0.77
X20	--	0.81

GAMMA

	Sarana	InfraA
Kebijaka	0.00	0.70

Correlation Matrix of ETA and KSI

	Kebijaka	Sarana	InfraA
Kebijaka	1.00		
Sarana	0.55	1.00	
InfraA	0.70	0.79	1.00

PSI

Kebijaka

 0.51

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

Sarana InfraA

Kebijaka 0.00 0.70

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

Kebijaka

Y1 0.75
Y2 0.74
Y3 0.68
Y4 0.53
Y5 0.52
Y6 0.66

LAMBDA-X

Sarana InfraA

X14 0.84 --
X15 0.89 --
X16 0.85 --
X17 -- 0.58
X18 -- 0.60
X19 -- 0.76
X20 -- 0.88

GAMMA

Sarana InfraA

Kebijaka 0.00 0.70

Correlation Matrix of ETA and KSI

Kebijaka Sarana InfraA

Kebijaka 1.00
Sarana 0.55 1.00
InfraA 0.70 0.79 1.00

PSI

Kebijaka

0.51

THETA-EPS

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
0.43	0.46	0.54	0.72	0.73	0.57

THETA-DELTA

X14	X15	X16	X17	X18	X19
0.29	0.20	0.28	0.66	0.64	0.43

THETA-DELTA

X20
0.22

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

Sarana InfraA

Kebijaka 0.00 0.70

Time used: 0.016 Seconds

TIPE 4

CFA

Raw Data From File Imptipe4.psf

Latent Variables: Kebijakan Masyarakat Citra InfraB

Relationship:

Y1-Y6= Kebijakan

X5-X6= Masyarakat

X7-X8 = Citra

X21-X23 = InfraB

Path Diagram

End of Problem

Sample Size = 190

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					
Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X5	0.34	0.24	0.16	0.25	0.27	0.37
X6	0.18	0.20	0.15	0.19	0.17	0.34
X7	0.04	0.11	0.15	-0.02	0.08	0.32
X8	0.26	0.28	0.31	0.10	0.29	0.38
X21	0.34	0.30	0.43	0.15	0.32	0.44
X22	0.29	0.33	0.27	0.21	0.43	0.54
X23	0.34	0.31	0.23	0.20	0.22	0.36

Covariance Matrix

	X5	X6	X7	X8	X21	X22
X5	0.91					
X6	0.36	0.72				
X7	-0.05	0.11	1.07			
X8	0.12	0.15	0.54	0.96		
X21	0.21	0.15	0.37	0.57	0.98	
X22	0.28	0.28	0.50	0.62	0.78	1.14
X23	0.25	0.12	0.20	0.46	0.55	0.66

Covariance Matrix

	X23
X23	1.11

Number of Iterations = 11

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

Y1 = 0.62*Kebijaka, Errorvar.= 0.32 , R² = 0.55
(0.056) (0.041)
11.06 7.67

Y2 = 0.58*Kebijaka, Errorvar.= 0.31 , R² = 0.53
(0.054) (0.039)
10.82 7.81

Y3 = 0.61*Kebijaka, Errorvar.= 0.49 , R² = 0.43
 (0.065) (0.059)
 9.44 8.44

(0.065) (0.050)
 14.40 5.33

Y4 = 0.47*Kebijaka, Errorvar.= 0.56 , R² = 0.29
 (0.064) (0.062)
 7.37 9.04

X23 = 0.69*InfraB, Errorvar.= 0.64 , R² = 0.43
 (0.072) (0.073)
 9.61 8.78

Y5 = 0.55*Kebijaka, Errorvar.= 0.71 , R² = 0.30
 (0.073) (0.079)
 7.54 9.01

Correlation Matrix of Independent Variables

Y6 = 0.67*Kebijaka, Errorvar.= 0.51 , R² = 0.47
 (0.067) (0.062)
 9.97 8.23

	Kebijaka	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	1.00			
Masyarakat	0.67 (0.08) 8.79	1.00		
Citra	0.50 (0.07) 6.80	0.22 (0.10) 2.23	1.00	
InfraB	0.65 (0.06) 11.64	0.43 (0.09) 4.94	0.76 (0.06) 13.36	1.00

X5 = 0.71*Masyarakat, Errorvar.= 0.41 , R² = 0.55
 (0.084) (0.095)
 8.35 4.31

X6 = 0.51*Masyarakat, Errorvar.= 0.46 , R² = 0.36
 (0.071) (0.065)
 7.19 7.09

X7 = 0.61*Citra, Errorvar.= 0.69 , R² = 0.35
 (0.077) (0.083)
 8.03 8.35

Goodness of Fit Statistics

X8 = 0.88*Citra, Errorvar.= 0.18 , R² = 0.81
 (0.074) (0.090)
 11.93 2.01

Degrees of Freedom = 59
 Minimum Fit Function Chi-Square = 165.33 (P = 0.00)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 167.18 (P = 0.00)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 108.18
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (73.34 ; 150.67)

X21 = 0.83*InfraB, Errorvar.= 0.29 , R² = 0.70
 (0.061) (0.045)
 13.50 6.49

Minimum Fit Function Value = 0.87

X22 = 0.93*InfraB, Errorvar.= 0.27 , R² = 0.77

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.57
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.39 ; 0.80)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.098
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.081 ; 0.12)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.22

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.04 ; 1.45)

ECVI for Saturated Model = 0.96

ECVI for Independence Model = 10.22

Chi-Square for Independence Model with 78 Degrees of Freedom = 1906.21

Independence AIC = 1932.21

Model AIC = 231.18

Saturated AIC = 182.00

Independence CAIC = 1987.42

Model CAIC = 367.08

Saturated CAIC = 568.48

Normed Fit Index (NFI) = 0.91

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.92

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.69

Comparative Fit Index (CFI) = 0.94

Incremental Fit Index (IFI) = 0.94

Relative Fit Index (RFI) = 0.89

Critical N (CN) = 100.65

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.059

Standardized RMR = 0.064

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.88

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.82

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.57

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to from Decrease in Chi-Square New Estimate

Y3 Masyarak 11.6 -0.37

Y4 Citra 9.1 -0.23

Y6 InfraB 10.9 0.30

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
Y2	Y1	8.0	0.09
Y6	Y1	13.3	-0.14
X7	Y6	9.1	0.15
X21	Y3	19.8	0.15
X22	Y1	10.7	-0.10
X22	Y3	15.5	-0.14
X22	X7	11.3	0.15

Time used: 0.000 Seconds

MODEL STRUKTURAL

Raw Data From File Imptipe4.psf

Latent Variables: Kebijakan Masyarakat Citra InfraB

Relationship:

Y1-Y6= Kebijakan

X5-X6= Masyarakat

X7-X8 = Citra

X21-X23 = InfraB

Kebijakan = Masyarakat Citra InfraB

Options: SC

Path Diagram

End of Problem

Sample Size = 190

Covariance Matrix

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.70					

Y2	0.41	0.65				
Y3	0.43	0.37	0.87			
Y4	0.25	0.27	0.34	0.79		
Y5	0.35	0.28	0.30	0.30	1.01	
Y6	0.33	0.36	0.38	0.38	0.38	0.96
X5	0.34	0.24	0.16	0.25	0.27	0.37
X6	0.18	0.20	0.15	0.19	0.17	0.34
X7	0.04	0.11	0.15	-0.02	0.08	0.32
X8	0.26	0.28	0.31	0.10	0.29	0.38
X21	0.34	0.30	0.43	0.15	0.32	0.44
X22	0.29	0.33	0.27	0.21	0.43	0.54
X23	0.34	0.31	0.23	0.20	0.22	0.36

Covariance Matrix

	X5	X6	X7	X8	X21	X22
X5	0.91					
X6	0.36	0.72				
X7	-0.05	0.11	1.07			
X8	0.12	0.15	0.54	0.96		
X21	0.21	0.15	0.37	0.57	0.98	
X22	0.28	0.28	0.50	0.62	0.78	1.14
X23	0.25	0.12	0.20	0.46	0.55	0.66

Covariance Matrix

X23	
X23	1.11

Number of Iterations = 13

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

$$Y1 = 0.62 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.32, R^2 = 0.55$$

(0.041)
7.67

$$Y2 = 0.58 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.31, R^2 = 0.53$$

(0.063) (0.039)
9.22 7.81

$$Y3 = 0.61 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.49, R^2 = 0.43$$

(0.073) (0.059)
8.34 8.44

$$Y4 = 0.47 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.56, R^2 = 0.29$$

(0.070) (0.062)
6.81 9.04

$$Y5 = 0.55 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.71, R^2 = 0.30$$

(0.079) (0.079)
6.95 9.01

$$Y6 = 0.67 * \text{Kebijaka}, \text{Errorvar.} = 0.51, R^2 = 0.47$$

(0.077) (0.062)
8.69 8.23

$$X5 = 0.71 * \text{Masyarakat}, \text{Errorvar.} = 0.41, R^2 = 0.55$$

(0.084) (0.095)
8.35 4.31

$$X6 = 0.51 * \text{Masyarakat}, \text{Errorvar.} = 0.46, R^2 = 0.36$$

(0.071) (0.065)
7.19 7.09

$$X7 = 0.61 * \text{Citra}, \text{Errorvar.} = 0.69, R^2 = 0.35$$

(0.077) (0.083)
8.03 8.35

X8 = 0.88*Citra, Errorvar.= 0.18 , R² = 0.81
 (0.074) (0.090)
 11.93 2.01

X21 = 0.83*InfraB, Errorvar.= 0.29 , R² = 0.70
 (0.061) (0.045)
 13.50 6.49

X22 = 0.93*InfraB, Errorvar.= 0.27 , R² = 0.77
 (0.065) (0.050)
 14.40 5.33

X23 = 0.69*InfraB, Errorvar.= 0.64 , R² = 0.43
 (0.072) (0.073)
 9.61 8.78

Structural Equations

Kebijaka = 0.49*Masyarakat + 0.14*Citra + 0.33*InfraB, Errorvar.= 0.38 , R² = 0.62
 (0.10) (0.14) (0.15) (0.095)
 4.72 1.03 2.17 4.02

Correlation Matrix of Independent Variables

	Masyarakat	Citra	InfraB
Masyarakat	1.00		
Citra	0.22 (0.10) 2.23	1.00	
InfraB	0.43 (0.09)	0.76 (0.06)	1.00

4.94 13.36

Covariance Matrix of Latent Variables

	Kebijaka	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	1.00			
Masyarakat	0.67	1.00		
Citra	0.50	0.22	1.00	
InfraB	0.65	0.43	0.76	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 59
 Minimum Fit Function Chi-Square = 165.33 (P = 0.00)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 167.18 (P = 0.00)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 108.18
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (73.34 ; 150.67)

Minimum Fit Function Value = 0.87
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.57
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.39 ; 0.80)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.098
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.081 ; 0.12)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.22
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.04 ; 1.45)
 ECVI for Saturated Model = 0.96
 ECVI for Independence Model = 10.22

Chi-Square for Independence Model with 78 Degrees of Freedom = 1906.21
 Independence AIC = 1932.21
 Model AIC = 231.18
 Saturated AIC = 182.00
 Independence CAIC = 1987.42
 Model CAIC = 367.08

Saturated CAIC = 568.48

Normed Fit Index (NFI) = 0.91

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.92

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.69

Comparative Fit Index (CFI) = 0.94

Incremental Fit Index (IFI) = 0.94

Relative Fit Index (RFI) = 0.89

Critical N (CN) = 100.65

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.059

Standardized RMR = 0.064

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.88

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.82

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.57

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance
Between and Decrease in Chi-Square New Estimate

Y2	Y1	8.0	0.09
Y6	Y1	13.3	-0.14
X7	Y6	9.1	0.15
X21	Y3	19.8	0.15
X22	Y1	10.7	-0.10
X22	Y3	15.5	-0.14
X22	X7	11.3	0.15

Standardized Solution

LAMBDA-Y

Kebijaka

Y1	0.62
Y2	0.58

Y3 0.61

Y4 0.47

Y5 0.55

Y6 0.67

LAMBDA-X

	Masyarakat	Citra	InfraB
X5	0.71	--	--
X6	0.51	--	--
X7	--	0.61	--
X8	--	0.88	--
X21	--	--	0.83
X22	--	--	0.93
X23	--	--	0.69

GAMMA

	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	0.49	0.14	0.33

Correlation Matrix of ETA and KSI

	Kebijaka	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	1.00			
Masyarakat	0.67	1.00		
Citra	0.50	0.22	1.00	
InfraB	0.65	0.43	0.76	1.00

PSI

Kebijaka	0.38
----------	------

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	0.49	0.14	0.33

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

	Kebijaka
Y1	0.74
Y2	0.73
Y3	0.66
Y4	0.53
Y5	0.55
Y6	0.68

LAMBDA-X

	Masyarakat	Citra	InfraB
X5	0.74	--	--
X6	0.60	--	--
X7	--	0.59	--
X8	--	0.90	--
X21	--	--	0.84
X22	--	--	0.88
X23	--	--	0.65

GAMMA

	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	0.49	0.14	0.33

Correlation Matrix of ETA and KSI

	Kebijaka	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	1.00			
Masyarakat	0.67	1.00		
Citra	0.50	0.22	1.00	
InfraB	0.65	0.43	0.76	1.00

PSI

Kebijaka
0.38

THETA-EPS

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
0.45	0.47	0.57	0.71	0.70	0.53

THETA-DELTA

X5	X6	X7	X8	X21	X22
0.45	0.64	0.65	0.19	0.30	0.23

THETA-DELTA

X23
0.57

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	Masyarakat	Citra	InfraB
Kebijaka	0.49	0.14	0.33

Time used: 0.016 Seconds

[illegible]

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kebijakan <---	Motivasi	.713	.116	6.172	***	
Kebijakan <---	Masyarakat	.249	.094	2.637	.008	
Kebijakan <---	Citra	.002	.065	.038	.970	
Kebijakan <---	Atraksi	-.162	.044	-3.637	***	
Kebijakan <---	Sarana	.008	.037	.228	.819	
Kebijakan <---	Infras	.190	.051	3.743	***	
Kebijakan <---	Fasilitas	-.070	.046	-1.530	.126	
Kebijakan <---	Bauran	.087	.037	2.333	.020	

Berdasarkan hasil yang dikeluarkan oleh Amos maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang memiliki hubungan tidak signifikan yaitu citra, sarana dan fasilitas. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai p-values yang tinggi. Nilai p-value untuk citra sebesar 0.970, sarana sebesar 0.819, dan fasilitas sebesar 0.126.

y1	<---	Kebijakan	1.000			
y2	<---	Kebijakan	.914	.109	8.412	***
y3	<---	Kebijakan	.967	.126	7.680	***
y4	<---	Kebijakan	.754	.121	6.254	***
y5	<---	Kebijakan	.885	.136	6.483	***
y6	<---	Kebijakan	1.063	.133	8.014	***
x1	<---	Motivasi	1.000			
x2	<---	Motivasi	1.412	.193	7.301	***
x3	<---	Motivasi	1.770	.222	7.970	***
x4	<---	Motivasi	1.733	.230	7.534	***
x6	<---	Masyarakat	1.000			
x5	<---	Masyarakat	1.033	.389	2.653	.008
x8	<---	Citra	1.000			
x7	<---	Citra	.015	.391	.038	.969
x13	<---	Atraksi	1.000			
x12	<---	Atraksi	1.104	.096	11.510	***
x11	<---	Atraksi	.653	.079	8.246	***
x10	<---	Atraksi	.756	.090	8.405	***
x9	<---	Atraksi	.869	.103	8.426	***
x16	<---	Sarana	1.000			
x15	<---	Sarana	.994	.068	14.524	***
x14	<---	Sarana	.958	.071	13.404	***
x20	<---	Infras	1.000			
x19	<---	Infras	1.014	.093	10.847	***
x18	<---	Infras	.796	.100	7.974	***
x17	<---	Infras	.845	.092	9.164	***
x28	<---	Fasilitas	1.000			
x27	<---	Fasilitas	.860	.104	8.240	***
x26	<---	Fasilitas	1.096	.123	8.886	***
x25	<---	Fasilitas	.961	.111	8.620	***

x24	<--- Fasilitas	1.108	.124	8.949	***
x29	<--- Bauran	1.000			
x30	<--- Bauran	.915	.080	11.462	***
x31	<--- Bauran	1.091	.085	12.809	***
x32	<--- Bauran	.956	.083	11.571	***
x21	<--- Infrs	1.112	.087	12.770	***
x22	<--- Infrs	1.231	.093	13.220	***
x23	<--- Infrs	.915	.099	9.221	***

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Motivasi	.284	.072	3.959	***	
Masyarakat	.345	.142	2.425	.015	
Citra	36.731	953.908	.039	.969	
Atraksi	.747	.120	6.218	***	
Sarana	.924	.134	6.910	***	
Infrs	.543	.083	6.520	***	
Fasilitas	.654	.136	4.810	***	
Bauran	.968	.145	6.670	***	
u1	.112	.030	3.766	***	
e1	.303	.039	7.749	***	
e2	.316	.039	8.147	***	
e3	.495	.058	8.603	***	
e4	.560	.061	9.123	***	
e5	.698	.077	9.060	***	
e6	.516	.061	8.419	***	
d1	.623	.068	9.119	***	
d2	.491	.061	8.119	***	
d3	.237	.051	4.664	***	
d4	.572	.075	7.585	***	
d6	.367	.133	2.758	.006	
d5	.534	.147	3.637	***	
d8	-35.760	953.922	-.037	.970	
d7	1.057	.242	4.366	***	
d13	.410	.062	6.633	***	
d12	.358	.065	5.534	***	
d11	.541	.062	8.787	***	
d10	.686	.079	8.733	***	
d9	.900	.103	8.726	***	
d16	.367	.056	6.586	***	
d15	.194	.045	4.300	***	
d14	.399	.056	7.173	***	
d20	.290	.037	7.820	***	
d19	.485	.057	8.565	***	
d18	.726	.079	9.250	***	
d17	.564	.062	9.036	***	
d28	.842	.099	8.500	***	
d27	.480	.059	8.130	***	
d26	.501	.069	7.217	***	
d25	.470	.061	7.676	***	
d24	.486	.069	7.082	***	
d29	.436	.065	6.712	***	
d30	.568	.073	7.822	***	
d31	.471	.073	6.412	***	
d32	.598	.077	7.749	***	
d21	.304	.041	7.477	***	
d22	.310	.044	7.026	***	
d23	.651	.072	9.024	***	

BRAWIJAYA



Goodness of fit

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	84	3415.895	657	.000	5.199
Saturated model	741	.000	0		
Independence model	38	6356.543	703	.000	9.042

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.437	.470	.402	.417
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.482	.126	.079	.120

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.463	.425	.516	.478	.512
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.935	.432	.479
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	2758.895	2579.757	2945.458
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	5653.543	5401.890	5911.721

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	18.074	14.597	13.650	15.584
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	33.633	29.913	28.581	31.279

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.149	.144	.154	.000
Independence model	.206	.202	.211	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	3583.895	3627.575	3856.645	3940.645
Saturated model	1482.000	1867.320	3888.045	4629.045
Independence model	6432.543	6452.303	6555.930	6593.930

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	18.962	18.015	19.950	19.194
Saturated model	7.841	7.841	7.841	9.880
Independence model	34.035	32.703	35.401	34.139

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	40	42
Independence model	23	24

Kriteria (default model)	Kebaikan model	Hasil pengolahan	Keputusan
CMIN	Kecil (<x2 tabel	3415.895	Model tidak fit
p	≥ 0.05		
CMIN/DF	≤ 2	5.1999	Model tidak fit
GFI	> 0.9	0.47	Model tidak fit
AGFI	> 0.9	0.402	Model tidak fit
CFI	≥ 0.95	0.512	Model tidak fit
TLI	≥ 0.95	0.478	Model tidak fit
RMSEA	≤ 0.08	0.149	Model tidak fit

Berdasarkan hasil analisis amos maka dapat diketahui bahwa *goodness of fit* dari model kurang baik karena semua nilai *fit measurement* kurang baik sehingga dapat disimpulkan bahwa model masih kurang baik. Hal ini juga ditandai dengan estimasi model yang kurang sempurna yaitu tidak keluarnya nilai estimasi pada konstruk yang dihasilkan.